



**UNIVERSIDAD NACIONAL DE INGENIERÍA
FACULTAD DE CIENCIAS Y SISTEMAS
INGENIERÍA DE SISTEMAS**

**TRABAJO MONOGRÁFICO PARA OPTAR AL TÍTULO DE
INGENIERO DE SISTEMAS**

TÍTULO:

**“PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UN BAR Y RESTAURANTE
EN EL MUNICIPIO DE NINDIRI”**

AUTORES:

Br: Johanna Olivares Jaenz.	2006-23844
Br: Geovanny Francisco López Mercado.	2006-23875
Br: Reynaldo Antonio Membreño Andino.	2008-23818

TUTOR:

**Msc. Marvin Rene Sánchez
Managua, Diciembre del 2017**

I. Dedicatoria

Dedicamos este trabajo en primer lugar a Dios, ya que nos ha dado toda la fortaleza para seguir adelante

A nuestros hijos que son un impulso y luz en nuestras vidas además de ser la mayor bendición que hemos tenido

A nuestros padres que siempre nos han apoyado sin descanso alguno y a quien le debemos todos y cada uno de nuestros logros.

A nuestro tutor por siempre estar de la mano en todo momento de manera incondicional, mostrándome el camino correcto a seguir para poder culminar el trabajo de tesis de manera satisfactoria.

II. Agradecimiento

La realización de esta investigación fue el fruto del esfuerzo y el trabajo en equipo, por tal razón extendemos los agradecimientos a todos los involucrados en la culminación de este trabajo.

Agradezco a Ing. Marvin Sánchez por apoyar en el desarrollo del tema de tesis, de igual forma agradecemos a trabajadores del municipio de Nindiri que nos facilitaron toda la información requerida, también agradecemos a la Universidad Nacional de Ingeniería por permitirme realizar el tema de tesis, a todos los maestros de los cuales adquirí los conocimientos que me permitieron culminar el trabajo de manera satisfactoria.

Managua, Nicaragua 31-Mayo-2017

Lic Carlos Sánchez
Decano FCyS

Por medio de la presente me dirijo a usted para informarle que he revisado el protocolo de los **Egresados de la carrera de INGENIERIA DE SISTEMAS # . Geovanni Francisco López con numero de carnet # 2006-23875 , Johanna Olivares con numero de carnet # 2006-23844 y Reynaldo Antonio Membreño con numero de carnet 2008-23818** ,dicho protocolo cumple con los requerimientos establecidos por lo tanto doy mi visto bueno y estoy dispuesto a conceder tutorías sobre la tesis que van a realizar los egresados antes mencionados.

Sin más que agregar, que pase un excelente día.

Att:

Ing. Marvin Sánchez

RESUMEN EJECUTIVO

Este plan de negocio está referido a la creación de un Bar y Restaurante en el municipio de Nindiri ,dicho negocio se propone como nueva alternativa para los turistas y visitantes quienes son los que hacen uso de estos servicio gastronómicos , actualmente el mercado meta para este negocio consta de 30 visitantes en promedio de visita diaria , esta aproximación se determinó mediante cálculo de la demanda con promedios de visitas al municipio , la misma se realizó con observación directa , además de la observación directa se realizaron encuestas a los visitantes las cuales brindaron información de los gustos y preferencias de los mismos, así también información de la competencia que en este caso está determinada por los restaurantes en el municipio de Nindiri

Con la información que nos facilita el estudio de mercado en cuanto al mercado meta se hace necesario determinar los requerimientos técnicos , organizacionales y jurídicos , en los elementos técnicos se realizó un estimado de inversión aproximadamente de C\$ 2.333.218,00 córdobas , además de la inversión de realiza la determinación de la planta así como el tamaño óptimo , este último consiste en la cantidad de clientes se pueden atender sin que el negocio entre un colapso por ausencia de atención a los clientes, además de contar con los elementos antes mencionados que componen el estudio técnico se determinó el personal requerido y los salarios correspondiente ambos se evaluación mediante a la determinación de puntos ponderados para puestos y salarios .

ÍNDICE

INTRODUCCION	1
ANTECEDENTES	3
CONDICIONES DE OPORTUNIDAD	5
JUSTIFICACIÓN	7
OBJETIVOS	9
MARCO TEORICO - REFERENCIAL	9
1. ESTUDIO DE MERCADO	29
1.1 ANÁLISIS DE LA OFERTA	33
1.1.1 OFERTA GASTRONÓMICA POR PARTE DE LA COMPETENCIA	35
1.1.2 PRECIOS OFRECIDOS POR PARTE DE LA COMPETENCIA	36
1.2 ANÁLISIS DE LA DEMANDA:	38
1.3 MEZCLA DE MERCADO	44
1.3.1 DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO:	44
1.3.2 DETERMINACIÓN DE PRECIOS:	44
1.3.3 PLAZA	45
1.3.4 PUBLICIDAD Y PROMOCIÓN:	46
2. ELEMENTOS TÉCNICOS- ORGANIZACIONAL, JURÍDICO Y DE INVERSIÓN	49
2.1.1 UBICACIÓN DEL NEGOCIO	50
2.1.2 DETERMINACIÓN DEL TAMAÑO ÓPTIMO DE LA PLANTA	50
2.1.3 DISTRIBUCIÓN DE PLANTA	53
2.1.4 PROCESOS DEL SERVICIO	54
2.1.5 DIAGRAMA DE FLUJO	58
2.1.6 PROVEEDORES	59
2.2.1 CULTURA ORGANIZACIONAL	60
2.2.2 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL	61
2.2.3 SISTEMA DE EVALUACIÓN DE PUESTOS	62
2.2.4 COSTOS DE OPERACIÓN	65
2.3 INVERSIÓN	67
2.3.1 INVERSIÓN FIJA, DIFERIDA Y CAPITAL DE TRABAJO	67
2.3.2 INVERSIÓN DIFERIDA	71
2.3.3 CAPITAL DE TRABAJO	72

2.3.4	COSTOS	75
2.3.5	DEPRECIACIÓN DE EQUIPOS	78
2.3.6	AMORTIZACIÓN	82
3	RENTABILIDAD FINANCIERA	83
3.1	FLUJO NETO DE EFECTIVO	85
3.2	TMAR	86
3.3	TIR	87
3.4	RELACION BENEFICIO COSTO	89
3.5	ÍNDICE DE RENTABILIDAD	90
3.6	PERIODO DE RECUPERACIÓN	90
4	IMPACTO AMBIENTAL	91
4.1	TRAMITE ANTE EL MARENA	92
4.2	MATRIZ DE IMPORTANCIA DE IMPACTO AMBIENTAL .	96
4.3	MEDIDAS DE MITIGACIÓN PARA LOS POSIBLES IMPACTOS.	100
	CONCLUSIONES	101
	RECOMENDACIONES	102
	BIBLIOGRAFÍA	103
	ANEXOS	105

ÍNDICE

Tabla 1. Visitantes del municipio de Nindiri a distintos restaurantes.	31
Tabla 2. Costo de Platos y bebidas.	36
Tabla 3. Características de la competencia.	37
Tabla 4. Frecuencia de Visita.	39
Tabla 5. Horarios de Visita.	40
Tabla 6. Aceptación por parte de Visitantes.	40
Tabla 7. Precios en que los visitantes encuentran en los distintos restaurantes.	42
Tabla 8. Promedio de gastos por parte de visitantes en los restaurantes del municipio de Nindiri	43
Tabla 9. Ingresos por ventas.	47
Tabla 10. Proyección de ingresos.	48
Tabla 11. Costos en Publicidad.	48
Tabla 12. Puntos por puesto.	62
Tabla 13. Total de Puntos por puesto.	63
Tabla 14. Salarios de los distintos puestos.	64
Tabla 15. Estimación en costo en la preparación de platos.	65
Tabla 16. Inversión en equipos electrónicos.	68
Tabla 17. Inversión en mobiliarios y equipos.	69
Tabla 18. Inversión en otros mobiliarios y equipos.	70
Tabla 19. Inversión diferida.	72
Tabla 20. Mano de obra.	73
Tabla 21. Costo en obra directa.	74
Tabla 22. Costo en obra indirecta.	74
Tabla 23. Total en Mano de obra	75
Tabla 24. Costo en consumo de energía	76
Tabla 25. Costo en consumo de agua	77
Tabla 26. Costo en consumo de internet.	76
Tabla 27. Depreciación de Equipos electrónicos.	79
Tabla 28. Depreciación de Equipos de cómputo	79
Tabla 29. Depreciación de equipos y mobiliario.	80
Tabla 30. Depreciación de otros equipos.	80
Tabla 31. Depreciación de Edificio.	81
Tabla 32. Amortización de Activos diferidos.	82

Tabla 33.Flujo Neto de Efectivo.	85
Tabla 34.Beneficios y Costos Anuales	89
Tabla 35.Flujo operativo anual.	90
Tabla 36.Impacto ambiental en los distintos recursos naturales.	94
Tabla 37.Importancia de impacto ambiental en los distintos factores ambientales.	96
Tabla 38.Valoración de impacto	98
Tabla 39.Medidas de mitigación.	100
Tabla 40. Nómina Salarial.	110
Tabla 41.Factores de Valuación.	111
Tabla 42.Criterios de Valuación.	112
Tabla 43.Distribución de puntos	113
Tabla 44.Establecimiento de grados factor instrucción ..	114
Tabla 44.Establecimiento de grados factor Experiencia Previa.	114
Tabla 45.Establecimiento de grados factor iniciativa e ingenio.	115
Tabla 46.Establecimiento de grados factor esfuerzo físico.	116
Tabla 47.Establecimiento de grados factor Concentración Mental o visual.	117
Tabla 48.Establecimiento de grados factor supervisión de personal	118
Tabla 49.Establecimiento de grados factor material o equipo.	119
Tabla 50.Establecimiento de grados factor métodos o procesos.	119
Tabla 51.Establecimiento de grados factor información confidencial.	120
Tabla 52.Establecimiento de grados factor ambiente de trabajo.	120
Tabla 53.Establecimiento de grados factor riesgo.	121
Tabla 54.Costo de platillos.	122
Tabla 54.Costo de platillos.	123
Tabla 55. Costo de bebidas	124
Tabla 56. Costo de bebidas.	125
Tabla 56. Costo de bebidas.	126
Tabla 56. Costo de bebidas.	127

I. INTRODUCCIÓN

Nindirí es uno de los municipios de la ciudad de Masaya. Esta cuenta con atractivos turísticos tales como: El parque central el cual está ubicado a un kilómetro hacia el noreste de la entrada principal de la ciudad.

Otro atractivo turístico es el parque de dinosaurios, en este se aprecian grandes monumentos representando a especies pre-históricas. A 200 metros hacia el este del parque de dinosaurio se encuentra el parque la canchita que es un parque que ofrece atracciones particularmente para niños menores de 5 años.

El mayor atractivo de este municipio es el monumental parque nacional volcán Masaya, una extensa zona de reserva que alberga tres cráteres y todo un ecosistema, en el centro urbano posee antiguas edificaciones además de un interesante museo de piezas precolombinas y fósiles encontradas en la zona.

Este municipio cuenta con muchas atracciones turísticas por lo que es visitado por turistas tanto nacionales como extranjeros y como es de esperar el comercio se está desarrollando hacia negocios gastronómicos y de esparcimientos.

Uno de los sectores dirigidos a satisfacer algunas de las necesidades de alimentos y bebidas a los visitantes, es el sector de restaurantes. Como concepto general en Nicaragua se entiende como bar a un local de negocio en donde su principal giro es la venta y consumo de licor, y Restaurantes es otro local en donde su principal giro es la gastronomía. Existen alrededor de cuatro locales dedicados al rubro de restaurantes y de bares en el que brindan los servicios gastronómicos y venta de bebidas alcohólicas.

El presente plan de negocio está dirigido a la creación de un Bar y Restaurante en el municipio de Nindirí, dicho plan está concebido para realizarse en varias etapas.

La primera etapa está relacionada con la determinación de una óptima mezcla de mercado que ubique al negocio en una sólida posición competitiva a partir de las condiciones actuales del mercado.

Como segunda etapa se establecen los elementos técnicos, organizacionales, jurídicos e inversión requerida que permitan el adecuado funcionamiento del negocio.

La siguiente etapa debe evaluar la rentabilidad del negocio a partir de indicadores financieros para la sostenibilidad de la empresa en un periodo determinado.

Como cuarta y última etapa se describe el resultado del impacto ambiental en la creación y funcionamiento de un Bar y Restaurante, y sus mitigaciones.

II. ANTECEDENTES

La ciudad de Nindirí está ubicada en el kilómetro 26 de la carretera Managua – Masaya a orillas de la pista, según censo al 2005 esta cuenta con una población de 38,355 habitantes, esta es una ciudad tranquila y agradable, en su centro está la antigua Iglesia de Santa Ana, construida en tiempos coloniales.

En el centro histórico de la ciudad está también el pequeño Museo Arqueológico Tenderí. Otros sitios de interés en el casco urbano son la Casa de Cultura, el Mercado de Artesanías. Junto a la carretera principal, es posible encontrar y visitar el Museo Etnográfico Nacudirí .

En otra zona de la ciudad, hay centros de entretenimientos como restaurantes, bares y hoteles, los que son frecuentados por turistas nacionales y extranjeros, existen aproximadamente tres bares y dos restaurantes en esta ciudad solo uno de los restaurantes se encuentra ubicado en las afueras de la misma.

Con la exploración relativa a la oferta de Bar y Restaurantes existentes se logra detectar que la demanda aparentemente es insatisfecha, debido a que muchos se trasladan a la ciudad de Masaya y/o Managua para cubrir sus necesidades de alimentos, bebidas, diversión y esparcimiento, cabe mencionar que en el municipio no ha habido un establecimiento que ofrezca este tipo de servicio de manera fusionada, es por ello que se pretende la creación del Bar - Restaurante, que vendrá a satisfacer esa necesidad.

La aparición de nuevos lugares de esparcimiento ha provocado el incremento de turistas y visitantes en el municipio.

Por otra parte, en el año 2003 los inversionistas establecieron su primer negocio de Bar y Restaurantes, cinco años más tarde se crearon otros negocios de igual rubro, por lo tanto la experiencia que tienen en esto negocios es suficiente para la ejecución de la inversión.

III. CONDICIONES DE OPORTUNIDAD

En Nindirí encontramos diversos atractivos turísticos lo que ha generado el incremento de visitantes en el municipio, sin embargo, en esta ciudad no encontramos centros de entretenimientos, esparcimientos y ofertas gastronómicas innovadoras, la carencia de estos lugares ha originado la migración de los visitantes a otros departamentos o ciudades que cuenten con este servicio, perdiendo así un espacio representativo en el sector comercial la cual puede brindar a los lugareños una fuente de empleo.

La poca oferta de bares y restaurantes en el municipio de Nindirí, sus débiles estrategias de promoción y publicidad, han despertado el interés de los inversionistas.

Cabe mencionar que existen instituciones financieras, dispuestas a brindar apoyo financiero, a los inversionistas ya que estos poseen un buen record crediticio, que han dejado en préstamos anteriores.

También los inversionistas cuentan con local propio el cual está en una ubicación privilegiada, puesto que el tránsito de vehículos en los últimos 5 años ha crecido de igual manera la afluencia de turistas que deciden visitar el municipio de Nindirí.

Dichos inversionistas tienen conocimientos suficientes en materia de liderazgo y administración, además de un amplio manejo en herramientas administrativas e informáticas.

Otro aspecto importante es destacar la facilidad y cercanías de proveedores de materia prima para la elaboración del menú, captando como fuente principal el mercado de Masaya y los productores de la zona con el fin de reducir los costos de producción de los diferentes platillos y bebidas que se ofertaran en el local.

Tomando en cuenta estos factores sumada a la demanda insatisfecha de los visitantes de encontrar un local que satisfaga gustos y preferencias, se observa la oportunidad de crear un Bar-Restaurante, donde puedan encontrar un ambiente de distracción, con presentaciones de actividades deportivas en pantallas gigantes, promociones en comidas y bebidas, entre otras alternativas.

IV. JUSTIFICACIÓN

Se considera este proyecto, como una buena inversión ya que los negocios de bares y restaurantes, existentes en el municipio de Nindirí, ofrecen un solo servicio y en este se pretende innovar y fusionar ambos servicios (Bar - Restaurante) al alcance del mercado.

La realización de este proyecto se ejecuta con el fin de proporcionar una nueva alternativa de Bar y Restaurante para la localidad y sus visitantes tanto extranjeros como nacionales. Estos tendrán la oportunidad de degustar diversos platillos de comida y bebidas, en un ambiente que no posee ningún otro y es orientado hacia el público en general.

Este tipo de proyecto representa una nueva opción para los clientes del mercado seleccionado, y uno de los más aceptados por el público en general, lo que lo convierte en una excelente fuente de ingreso para los inversionistas y en vista de que no existe un negocio con este tipo de concepto en específico.

Al mismo tiempo genera oportunidad de empleo a sus pobladores y una fuente de crecimiento económico para el municipio. Dando una imagen atractiva a la población para visitar y consumir productos de buena calidad.

Con este tipo de proyecto se controla y garantiza una prestación de servicio de calidad y que cumpla con las normas de higiene estipuladas por el MINSA, permitirá a la Alcaldía Municipal intervenir, en un correcto tratamiento de los desechos y desperdicios sólidos y líquidos para que se cumpla con las normativas ambientales.

Este proyecto es considerado por los inversionistas como una buena oportunidad de negocio, ya que los estudios de rentabilidad financiera de otros establecimientos de la misma naturaleza indican que se recuperara la inversión a mediano plazo.

Por todo lo antes expuesto se espera satisfacer las expectativas de este proyecto, a través del desarrollo de la investigación, arrojando información que sirva de aporte al sector de entretenimiento y esparcimiento tanto para el municipio de Nindirí como de algún otro lugar que tenga este tipo de problemática.

V. OBJETIVOS

Objetivo General:

Diseñar un plan de negocio para la creación de un Bar y Restaurante en el municipio de Nindirí.

Objetivos Específicos:

- ✓ Determinar la óptima mezcla de mercado que ubique al negocio, en una solida posición competitiva.
- ✓ Definir los elementos técnicos, organizacionales, jurídicos y sus inversiones que permitan un adecuado funcionamiento del negocio.
- ✓ Evaluar la rentabilidad financiera del negocio a partir de indicadores tales como TIR, VAN, PR, R B/C e IR y su auto sostenibilidad en el tiempo.
- ✓ Identificar el posible impacto ambiental y sus mitigaciones.

MARCO TEORICO - REFERENCIAL

Plan de Negocio:

Un plan de negocios es una guía para el emprendedor o empresario. Se trata de un documento donde se describe un negocio, se analiza la situación del mercado y se establecen las acciones que se realizarán en el futuro, junto a las correspondientes estrategias que serán implementadas.

De esta manera, el plan de negocios es un instrumento que permite comunicar una idea de negocio para venderla u obtener una respuesta positiva por parte de los inversores.

En el presente plan de negocio correspondiente a la creación de un Bar y Restaurante en el municipio de Nindirí se mostrará los elementos necesarios que servirán para la toma de decisiones para los inversionistas.

Estructura del estudio

- Estudio de Mercado.
- Elementos Técnicos– Organizacional, Jurídico y de Inversión.
- Estudio Financiero.
- Impacto Ambiental.

1 Mezcla de Mercado

Se denomina mezcla de mercado a las herramientas o variables de las que disponen para cumplir con los objetivos de la compañía. Son las estrategias de marketing, o esfuerzo de mercadotecnia y deben incluirse en un plan estratégico¹.

Kotler y Armstrong, definen la mezcla de mercadotecnia como "el conjunto de herramientas tácticas controlables de mercadotecnia que la empresa combina para producir una respuesta deseada en el mercado meta. La mezcla de mercadotecnia incluye todo lo que la empresa puede hacer para influir en la demanda de su producto o servicio"².

Por su parte, el "*Diccionario de Términos de Marketing*" de la American Marketing Association, define a la mezcla de mercadotecnia como aquellas "variables controlables que una empresa utiliza para alcanzar el nivel deseado de ventas en el mercado meta"³.

Estas herramientas son conocidas también como las cuatro "P" del marketing las cuales se describen como Producto, Precio, Plaza y Promoción.

La primera herramienta de la mezcla de mercado es el **Producto** el cual es todo aquello (tangible o intangible) que se ofrece a un mercado para su adquisición, uso o consumo y que puede satisfacer una necesidad o un deseo. Puede llamarse producto

¹ MEZCLA DE MERCADO 18 ABRIL 2017 https://es.wikipedia.org/wiki/Mezcla_de_mercadotecnia WIKIPEDIA

² La Mezcla de Mercadotecnia. Agosto 2005. <https://www.promonegocios.net/mercadotecnia/mezcla-mercadotecnia-mix.htm> promonegocios.net

³ La Mezcla de Mercadotecnia. Agosto 2005. <https://www.promonegocios.net/mercadotecnia/mezcla-mercadotecnia-mix.htm> promonegocios.net

a objetos materiales o bienes, servicios, personas, lugares, organizaciones o ideas. Algunas preguntas que te pueden servir para definir a detalle tu producto son⁴:

Un servicio es un conjunto de actividades que buscan satisfacer las necesidades de un cliente. Estos servicios incluyen una diversidad de actividades que se pueden planificar desempeñadas por un gran número de personas.

Se hace mención de servicio y producto ya que en el Bar y Restaurante se ofrecerá un servicio pero al brindar el dicho servicio se ofrecerá a clientes diversidad gastronómica y bebidas.

¿Qué vendo?, ¿Qué características tiene mi producto? , ¿Cuáles son las beneficios que se obtiene de cada una de ellas?, ¿Qué necesidades satisface mi producto?, ¿Proporciona valor agregado? y ¿Qué valor agregado proporciona mi producto?.

Las variables para el producto están definidas por Variedad, Diseño, Características, Marca, Envase, Servicios y Garantías.

Una vez que se define el producto en todos sus aspectos relacionados con tipos de producto, empaque, diseño, eslogan entre otros para dar a conocer dicho producto o servicio a los consumidores, estos instrumentos para dar a conocer el servicio se dan a partir de la segunda herramienta que corresponde a **La Promoción**. La mercadotecnia moderna exige más que simplemente desarrollar un buen producto, ponerle un buen precio y ofrecerlo a los clientes meta. Las compañías deben de comunicarse con los clientes actuales y potenciales, sin dejar al azar lo que desean comunicar es por ello que la promoción abarca las actividades que comunican las

⁴ Que son las 4 P'S 06 OCTUBRE 2009

. <http://www.herramientasparapymes.com/que-son-las-4p> herramientas para pyme

ventajas del producto y convencen a los clientes de comprarlo. En esencia la promoción es un ejército de información, persuasión y comunicación.

La promoción está relacionada con la publicidad la cual es toda transmisión de información impersonal y remunerada, efectuada a través de un medio de comunicación dirigida a un público objetivo.

En los últimos años el uso de aparatos informáticos con acceso a internet se ha vuelto común alrededor del mundo y en la población nicaragüense, por lo cual se implementa el uso de herramientas de servicio web con el fin de promocionar el Bar y Restaurante realzando de esta manera los servicios brindados por dicho restaurante además de la gastronomía dispuesta a ofrecer.

La promoción y publicidad logran que:

- El cliente existente se mantenga constantemente haciendo uso del servicio
- Captar nuevos clientes

La tercera herramienta que constituye la mezcla de mercado es el **Precio** y constituye la suma de valores que los potenciales clientes dan a cambio de los beneficios de tener o usar el producto o ser vicio que van a adquirir⁵.

Como cuarto componente de la mezcla de mercado se encuentra **La Plaza** consiste en la selección de los lugares o puntos de venta en donde se venderán u ofrecerán los productos o servicio a los consumidores, así como en determinar la forma en que los productos serán trasladados hacia estos lugares o puntos de venta.⁶,

⁵ El precio, la “P” de la mezcla de mercado. 06 Mayo 2017 <http://laculturadelmarketing.com/el-precio-la-p-del-marketing-mix-menos-valorada/> cultura del marketing

⁶ Estrategias según las 4p del mercadeo.06 Mayo 2017 <https://pullmarketing.wordpress.com/2011/11/08/estrategias-segun-las-4p-del-mercadeo/> Pull Marketin

2 Elementos Técnicos– Organizacional, Jurídico y de Inversión

En este capítulo se abordan todos los Elementos Técnicos organizacionales, jurídicos y de inversión que ayudan al funcionamiento y conformación del Bar y Restaurante, para ello se describirán por separado estos distintos elementos.

2.1 Elementos Técnicos

Uno de los elementos que compone los Elementos Técnicos en este estudio está referido al Proceso de servicio consiste en todo aquello que las organizaciones hacen orientadas al cliente y con el fin de conseguir sus objetivos haciendo uso de combinación óptima de mano de obra, maquinaria, métodos y procedimientos de operación, entre otros.

Otro componente de los Elementos Técnicos es la **Determinación del tamaño óptimo de la planta** el cual se refiere a la capacidad instalada del proyecto, y se expresa en unidades de producción por año. En el caso del Bar y Restaurante se determinará cuantas mesas se instalarán y la atención de las mismas cuando el cliente hace uso del servicio.

Para un mejor control de procesos y organización en la ejecución del servicio se dispone de una **Distribución en planta** la cual se define como la ordenación física de los elementos que constituyen una instalación sea industrial o de servicios. Ésta ordenación comprende los espacios necesarios para los movimientos, el almacenamiento, los colaboradores directos o indirectos y todas las actividades que tengan lugar en dicha instalación.

Además de la descripción del servicio el Elemento Técnico muestra de manera gráfica los procesos incurridos en el desarrollo del servicio por medio del **Diagrama de flujo** el cual consiste en una representación gráfica de la secuencia de pasos que se realizan para obtener un cierto resultado. Este puede ser un producto o servicio o la combinación de ambos

Con respecto a la **Ubicación del negocio** los inversionistas cuentan con el local propio en donde se instalará dicho negocio por lo tanto no se usara ningún método para determinar la Macro localización ni la Micro localización.

Por último, se mencionarán a los proveedores que facilitan la adquisición de materia prima e insumos.

2.2 Elementos Organizacionales

Los elementos organizacionales comprenden una serie de componentes dedicados al recurso humano de la empresa, en este caso al negocio de Bar y Restaurante.

2.2.1 Cultura Organizacional

El primer componente que presenta en la cultura organizacional es La Misión la cual es el motivo, propósito, fin o razón de ser de la existencia de una empresa u organización porque define: 1) lo que pretende cumplir en su entorno o sistema social en el que actúa, 2) lo que pretende hacer, y 3) el para quién lo va a hacer; y es influenciada en momentos concretos por algunos elementos como: la historia de la organización, las preferencias de la gerencia y/o de los propietarios, los factores externos o del entorno, los recursos disponibles, y sus capacidades distintivas .⁷

El siguiente componente es La Visión y se define como el camino al cual se dirige la empresa a largo plazo y sirve de rumbo y aliciente para orientar las decisiones estratégicas de crecimiento junto a las de competitividad⁸.

Además de la misión y visión es importante destacar los factores claves de éxito que define el negocio para distinguir en otros negocios con el mismo giro.

Posterior a la misión y visión se describen los valores de la empresa así también como los factores de éxito.

⁷ Misión y visión 04-12-06 <http://www.promonegocios.net/mercadotecnia/mision-definicion.html>
[Promonegocios.net](http://www.promonegocios.net)

⁸ Misión y visión 04-12-06 <http://www.promonegocios.net/mercadotecnia/mision-definicion.html>
[Promonegocios.net](http://www.promonegocios.net)

2.2.2 Estructura Organizacional

Una organización puede estructurarse de diferentes maneras y estilos, dependiendo de sus objetivos, el entorno y los medios disponibles. La estructura de una organización determinará los modos en los que opera en el mercado y los objetivos que podrá alcanzar.

Es por tanto la estructura organizacional de la empresa u organización la que permite la asignación expresa de responsabilidades de las diferentes funciones y procesos a diferentes personas, departamentos o filiales.

En este negocio se hace uso del **Organigrama**. Este Presentan las unidades ramificadas de arriba abajo a partir del titular, en la parte superior, y desagregan los diferentes niveles jerárquicos en forma escalonada.

2.2.3 Sistema de Valuación de Puestos

Uno de los componentes para la valuación de puesto está orientado a Perfiles de puestos este definen los elementos organizacionales existen para identificar las funciones esenciales y la responsabilidad de cada cargo en las instituciones. Al mismo tiempo, permite la integración de recursos humanos asegurando, que los propósitos y objetivos de la organización tengan mayor posibilidad de ser cumplidos.⁹

Para concluir la evaluación de puestos se realiza la Determinación del Salario o remuneración también llamado sueldo o estipendio que es la suma de dinero que recibe de forma periódica un trabajador de su empleador por un tiempo de trabajo

⁹ © Definición de Perfiles de Puestos 06 de Octubre 2016

<http://www.armstrong.com.mx/consultoria-organizacional/definicion-de-perfiles-de-puesto.php> ArmSTRONG

determinado o por la realización de una tarea específica o fabricación de un producto determinado. El pago puede ser mensual, semanal o diario, y en este último caso recibe el nombre de jornal, del término jornada.

2.3 Elementos Jurídicos

Los elementos jurídicos comprenden la conformación de la empresa en cuestión de legalidad. Además comprende todas las obligaciones que debe cumplir el negocio por ley que entre otras están los impuestos municipales , impuestos a la Dirección General de Ingresos(DGI), matrícula de negocio , cotizaciones al instituto de seguridad social(INSS) , permiso para la venta de bebidas alcohólicas , permisos de higiene y salubridad para la venta de alimentos y permisos de operación con respecto al giro del negocio .

2.3.1 Inversión

En el contexto empresarial, la inversión es el acto mediante el cual se usan ciertos bienes con el ánimo de obtener unos ingresos o rentas a lo largo del tiempo. La inversión se refiere al empleo de un capital en algún tipo de actividad económica o negocio, con el objetivo de incrementarlo. Dicho de otra manera, consiste en renunciar a un consumo actual y cierto, a cambio de obtener unos beneficios futuros y distribuidos en el tiempo.¹

Desde una consideración amplia, la inversión es toda materialización de medios financieros en bienes que van a ser utilizados en un proceso productivo de una empresa, comprendería la adquisición tanto de bienes de equipo, como de materias primas, servicios etc. Desde un punto de vista más estricto, la inversión comprendería sólo los desembolsos de recursos financieros destinados a la

adquisición de instrumentos de producción, que la empresa va a utilizar durante varios periodos económicos.

2.3.2 Inversión Fija, Diferida y Capital de trabajo

2.3.2.1 Inversión Fija

Las Inversiones Fijas que tiene una vida útil mayor a un año se deprecian, tal es el caso de las maquinarias y equipos, edificios, muebles, enseres, vehículos, obras civiles, instalaciones y otros.

Los terrenos son los únicos activos que no se deprecian. Los recursos naturales no renovables, como los yacimientos mineros, están sujetos a una forma particular de depreciación denominada agotamiento, que es la gradual extinción de la riqueza por efecto de la explotación. La Inversión en activos fijos se recupera mediante el mecanismo de depreciación.

Se llama Inversión fija porque el Proyecto no puede desprenderse fácilmente de el sin que con ello perjudique la actividad productiva. Todos los activos que componen la Inversión fija deben ser valorizados mediante licitaciones o cotizaciones pro forma entregados por los proveedores de equipos, maquinarias, muebles, enseres, vehículos, etc. Los precios para los edificios, obras civiles e instalaciones se pueden obtener se pueden obtener sobre la base de las cotizaciones de las Empresas constructoras.

2.3.2.2 Inversión Diferida

Se caracteriza por su inmaterialidad y son derechos adquiridos y servicios necesarios para el estudio e implementación del Proyecto, no están sujetos a desgaste físico. Usualmente está conformada por Trabajos de investigación y estudios, gastos de organización y supervisión, gastos de puesta en marcha de la

planta, gastos de administración, intereses, gastos de asistencia técnica y capacitación de personal, imprevistos, gastos en patentes y licencias, etc.

2.3.2.3 Capital de Trabajo

El Capital de Trabajo considera aquellos recursos que requiere el Proyecto para atender las operaciones de producción y comercialización de bienes o servicios y, contempla el monto de dinero que se precisa para dar inicio al Ciclo Productivo del Proyecto en su fase de funcionamiento. En otras palabras es el Capital adicional con el que se debe contar para que comience a funcionar el Proyecto, esto es financiar la producción antes de percibir ingresos.

En efecto, desde el momento que se compran insumos o se pagan sueldos, se incurren en gastos a ser cubiertos por el Capital de Trabajo en tanto no se obtenga ingresos por la venta del producto final. La Inversión en Capital de Trabajo se diferencia de la Inversión fija y diferida, porque estas últimas pueden recuperarse a través de la depreciación y amortización diferida; por el contrario, el Capital de Trabajo no puede recuperarse por estos medios dada su naturaleza de circulante.

Como Mano de Obra se conoce como el esfuerzo físico y mental que se pone al servicio de la fabricación de un bien o brindar un servicio de esta mano de obra se desprenden.

2.3.3 Mano de obra directa

Es la mano de obra consumida en las áreas que tienen una relación directa con la producción o la prestación de algún servicio. Es la generada por los obreros y operarios calificados de la empresa.

2.3.4 Mano de obra indirecta

Es la mano de obra consumida en las áreas administrativas de la empresa que sirven de apoyo a la producción y al comercio.

2.3.5 Costos

El mantenimiento de la actividad de una empresa genera un conjunto de costos, que se dividen en costos variables, que son directamente proporcionales a la producción y costos fijos que, como su nombre indica, son independientes y se producen periódicamente.

2.3.5.1 Costos variables

Un costo variable o coste variable es aquel que se modifica de acuerdo a variaciones del volumen de producción (o nivel de actividad), se trata tanto de bienes como de servicios. Es decir, si el nivel de actividad decrece, estos costos decrecen, mientras que si el nivel de actividad aumenta, también lo hace esta clase de costos.

2.3.5.2 Costos y gastos fijos

Los costos fijos son aquellos costos que la empresa debe pagar independientemente de su nivel de operación, es decir, produzca o no produzca se deben pagar.

3 Rentabilidad Financiera

En este acápite se analiza la viabilidad del negocio por medio de indicadores financieros para la toma de decisiones

El primer indicador a utilizar es el **VAN** el cual es una herramienta que permite calcular el valor presente de un determinado número de flujos de caja futuros, originados por una inversión , esta herramienta será útil para determinar el flujo de caja que tendrá el bar restaurante en un tiempo determinado.

Valor	Decisión a tomar
--------------	-------------------------

$VAN > 0$	El proyecto puede aceptarse
-----------	-----------------------------

$VAN < 0$	El proyecto debería rechazarse
-----------	--------------------------------

$VAN = 0$	Dado que el proyecto no agrega valor monetario por encima de la rentabilidad exigida (r), la decisión debería basarse en otros criterios, como la obtención de un mejor posicionamiento en el mercado u otros factores.
-----------	---

Otro indicador será La **Tasa Interna de Retorno** que es la tasa de interés que hace que el VAN sea igual a 0, esta corresponde a un complemento del VAN para la toma de decisiones

El criterio general para saber si es conveniente realizar un proyecto es el siguiente:

Si $TIR > r$ Se aceptará el proyecto. La razón es que el proyecto da una rentabilidad mayor que la rentabilidad mínima requerida (el coste de oportunidad).

- Si $TIR \leq r$ Se rechazará el proyecto. La razón es que el proyecto da una rentabilidad menor que la rentabilidad mínima requerida.

r: representa el costo de oportunidad

La **Relación Beneficio Costo** es otro indicador a utilizar y constituye otro indicador financiero que nos mostrara de forma sencilla los beneficios obtenidos del negocio en relación a los costos incurridos

Si el resultado es mayor que 1, significa que los ingresos netos son superiores a los egresos netos. En otras palabras, los beneficios (ingresos) son mayores a los sacrificios (egresos) y, en consecuencia, el proyecto generará riqueza a una comunidad. Si el proyecto genera riqueza con seguridad traerá consigo un beneficio social.

Si el resultado es igual a 1, los beneficios igualan a los sacrificios sin generar riqueza alguna. Por tal razón sería indiferente ejecutar o no el proyecto.

Para determinar la cantidad generada en dinero con respecto a cantidad invertida se utilizara El **índice de rentabilidad** que mide la cantidad en que aumenta la inversión en relación con cada unidad monetaria invertida.

Además se determinara el tiempo en que se recuperara lo invertido por medio del indicador de **periodo de recuperación** que se utilizara para saber en cuanto tiempo se recupera la inversión correspondiente a la puesta en marcha del negocio.

4 Impacto Ambiental

Conocido como EIA, es un Elemento Técnico de carácter interdisciplinar que se incluye en el procedimiento de Evaluación de Impacto Ambiental. Debe ser presentado por el titular del proyecto y es uno de los documentos en los que se basa la Declaración de Impacto Ambiental para aprobar o rechazar la realización del proyecto.

Para esto necesitamos elaborar

- Descripción del proyecto y sus acciones, así como las alternativas técnicamente viables.
- Inventario ambiental e interacciones ecológicas existentes.
- Identificación y valoración de impactos.
- Establecimiento de medidas protectoras y correctoras.
- Programa de Vigilancia Ambiental.
- Documento de síntesis con las conclusiones de los puntos anteriores.

Para elaborar un estudio de impacto ambiental se requiere de lo siguiente

- Descripción del proyecto y sus acciones, así como las alternativas técnicamente viables.
- Inventario ambiental e interacciones ecológicas existentes.
- Identificación y valoración de impactos.
- Establecimiento de medidas protectoras y correctoras.
- Programa de Vigilancia Ambiental.

Documento de síntesis con las conclusiones de los puntos anteriores.

La Evaluación Ambiental en Nicaragua se sustenta en el Decreto 76-2006 que tiene por objeto establecer las disposiciones que regulan el Sistema de Evaluación. Este se compone por la Evaluación Ambiental Estratégica y la Evaluación Ambiental de Obras, Proyectos, Industrias y Actividades.

La Evaluación Ambiental es utilizada como un instrumento para la gestión preventiva con la finalidad de identificar y mitigar posibles impactos al ambiente de los planes, programas, obras, proyectos, industrias y actividades de conformidad al decreto y que incluye: preparación de estudios, celebración de consultas públicas y acceso de información pública para la toma de decisión que concluyen con la autorización y/o denegación por parte de la Autoridad competente, nacional, regional o territorial.

El Sistema de Evaluación Ambiental consta de 3 categorías que corresponden a:

Categoría I: Estudio de Impacto Ambiental que incluye Proyectos Especiales por su transcendencia nacional, binacional o regional (8 tipos) de alto impacto

Categoría II: Estudio de Impacto Ambiental que incluye obras, Proyectos, Industrias y Actividades (54 tipos) de alto Impacto.

Categoría III: Valoración Ambiental que incluye Obras, Proyectos, Industrias y Actividades (46 tipos) de moderado impacto.

Sin Categorías: Actividades, Obras y Proyectos no incluidos en las categorías y que son de bajo impacto.

Como parte del Seguimiento y Control del EIA se dispone de:

Registro Nacional de Evaluación Ambiental (RENEA): Formularios, permisos, autorizaciones, EIA y DIA

Registro de Consultores

Responsables Categoría I: Permisos Ambientales: Delegaciones Territoriales y SERENAS

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

ELABORACION Y DESARROLLO DE TRABAJO MONOGRAFICO

Actividad	Fecha	Duración Semanas
Elección y aprobación del tema.	02 - 05 de Mayo	1 Semana
Elaboración del protocolo.	15 – 19 de Mayo	
Presentación del protocolo.	22 – 26 de Mayo	1 Semana
Revisión de y aprobación de Protocolo	29 – 31 de Mayo	1 Semana
Desarrollo de Trabajo	01 Junio- 17 Noviembre	9 Semanas
elección de instrumentos y técnicas experimentales.	01 Junio - 01 Septiembre	3 Semanas
Validación de los instrumentos.		
Determinación de universo y muestra.		
Recolección de los datos.		

Procesamiento de los datos.		
Tabulación e interpretación de Datos		
Selección de instrumentos y técnicas experimentales.	02 Septiembre – 02 Octubre	4 Semanas
Validación de los instrumentos.		
Determinación de universo y muestra.		
Recolección de los datos.		
Procesamiento de los datos.		
Tabulación e interpretación de Datos.		
Presentación de Documento Monográfico	20 – 24 Noviembre	1 Semana
Defensa	27- Noviembre 02-Diciembre	1 Semana

CAPÍTULO 1.

Estudio de Mercado

El estudio de mercado pretende determinar la viabilidad de mercado para poner en marcha el plan de negocio Bar – Restaurante “Delicias de mi pueblo”.

Medios para la recopilación de información

Para la recolección de la información se utiliza la encuesta, dada la naturaleza del estudio dicha encuesta está dirigida a los visitantes y transeúntes de la ciudad de Nindirí.

Técnicas de recolección de datos

Para la recolección de datos se utilizara la encuesta como instrumento y la observación directa.

- Se analizaran cada una de las respuestas de las encuestas realizadas que nos permitirán obtener información acerca de los gustos y preferencia de los visitantes de la ciudad de Nindirí.
- La encuesta será aplicada a las personas que se encuentren en establecimientos públicos de la ciudad tales como parques, el museo entre otros atractivos turísticos de la misma.

Momento y duración

- La recopilación de información se realizará en 3 a 4 semanas máximo, tiempo estimado para lograr visitar a los integrantes del universo de trabajo seleccionados y cumplir con nuestros objetivos del estudio.

Formas para procesar los Datos

Para procesar los datos utilizaremos una tabla de datos para cada pregunta que serán procesadas con la herramienta ofimática Microsoft Excel 2013, estas tablas de datos

contienen las posibles respuestas y palabras claves, lo cual facilitara la realización de la misma.

Universo (Población) y Muestra.

Para este muestreo los datos obtenidos con respecto a la población comprendida por visitantes se realizaron observación directa identificando el número de personas que en promedio mensual visitan la ciudad de Nindirí.

Esta observación se llevó a cabo por cuatro semanas en tres restaurantes del municipio como lo son, El Bucanero, La Sazón de Las Lugo y Estancia Victoriana y para lo cual se obtuvo lo siguiente.

Tabla 1.

Visitantes del municipio de Nindirí a distintos restaurantes.

Día	Semana1	Semana2	Semana3	Semana4
Lunes	65	59	45	63
Martes	58	74	68	71
Miércoles	66	82	46	66
Jueves	77	80	46	83
Viernes	61	70	39	42
Sábado	350	420	354	378
Domingo	485	320	481	396
Total	1162	1105	1079	1099

Estos datos fueron obtenidos en un periodo de cuatro semanas, desde las 10:00am hasta las 04:00 pm.

Tamaño de muestra:

Formula.

$$n = \frac{N \times Z_a^2 \times p \times q}{d^2 \times (N - 1) + Z_a^2 \times p \times q}$$

En donde

n= tamaño de la muestra.

N=tamaño de la población.

Z = valor estándar de la distribución normal (1.96)

P = probabilidad de éxito, o proporción esperada

Q = probabilidad de fracaso

E = precisión (Error máximo admisible en términos de proporción).

Entonces:

$$n = (13335) (1.65)^2 \times (0.5)(0.5) / (0.09)^2 \times (13335-1) + (1.65)^2 \times (0.5) (0.5)$$

$$n = (13335)(2.7225)(0.25) / (0.0081)(13334) + (2.7225)(0.25)$$

$$n = 9076,134375 / 108,0054 + 0,680625$$

n= 9076,134375/108,686025

n= 84

2.1 Análisis de la oferta:

De acuerdo a los resultados que se hicieron en la investigación de campo de la competencia, se logró observar que existe competencia indirecta e directa, en el casco urbano de la ciudad de Nindirí:

Competencia indirecta: se define como competencia indirecta a las empresas o negocios que intervienen en el mismo mercado y clientes buscando satisfacer sus necesidades con productos sustitutos o de forma diferente.

Como competencia indirecta se tiene Quioscos, Comedores, estos ofertan solo productos sustitutos de los cuales están la comida rápida (tacos, hot dog, hamburguesas, etc.) y comida chatarra (frituras), incluidos bebidas carbonatadas y jugos envasados.

Estos a su vez no cuentan con un local apropiado para brindar servicios gastronómicos, de calidad. Muchos de estos locales son alquilados y cuentan con poco espacio.

Lo que respecta a sus promociones los comedores no realizan ningún tipo de promoción, al igual que los quioscos. Sus medios publicitarios son rótulos, y la publicidad verbal o personaliza, por parte del mismo vendedor encargado de local.

Estos locales se consideran como competencia indirecta porque ofertan productos y/o servicios gastronómicos sustitutos, y a su vez son los que están más cercanos al punto de localización, pero no representan una competencia fuerte a los servicios gastronómicos que brindara el Bar – Restaurante “Delicias de mi pueblo”,

Competencia directa: se define competencia a las empresas o negocios que venden un producto igual o casi al que se vende en el mismo mercado en el que se está, lo que hace que ambas empresas busquen a los mismos clientes para venderles lo mismo

Por lo antes mencionado se citaran tres restaurantes situados en el municipio de Nindirí los cuales corresponden a La Sazón de las lugos, Bucaneros y Steak House, Estos ofertan productos similares de los que ofrecerá el Bar – Restaurante “Delicias de mi pueblo” como son: platos fuertes, bocadillos, cervezas, rones, tequilas, wiskis, cocteles, gaseosas, cigarrillos, jugos naturales, y agua purificada.

Los productos que más demandas sus clientes son cervezas, cocteles, cigarrillos, rones, bocadillos y gaseosas.

Estos restaurantes realizan, rebajas de precios de algunos de sus platillos, el dos por uno en cervezas o tragos de rones, y descuentos parciales por pagos con tarjetas de cualquier entidad bancaria a nivel nacional.

Respecto a sus medios publicitarios lo que más utilizan son: mantas y rótulos publicitarios.

Por tanto podemos concluir que los servicios gastronómicos brindados por la competencia, no satisfacen los gustos y preferencias de los turistas y visitantes de la

ciudad de Nindirí, dado el caso de los locales y de sus servicios gastronómicos brindados.

2.1.1 Oferta gastronómica por parte de la competencia

Se realizaron visitas a los distintos restaurantes para observar de forma directa el menú que ofrecen y se encontró lo siguiente

En su totalidad estos establecimientos ofrecen carnes de res , de cerdo , pollo y pescado , los platillos que más ofertan son los asados pero cada uno de estos establecimiento los ofrece en distintos cortes , La especialidad de Restaurante Bucaneros son los mariscos a diferencia de Sazón Las Lugos que su especialidad son los asados de las distintas carnes antes mencionadas

Factores de ventaja de la competencia

Algunos establecimientos como Estancia Victoriana , Restaurante Bucaneros y Restaurante Picnic ofrecen una maravillosa vista a la laguna de Masaya por lo tanto se convierte en una atracción excelente para los clientes que visitan los restaurantes antes mencionados.

Por otro lado los distintos restaurantes tienen un ambiente sin distracción hacia los clientes puesto que solamente prestan solamente el espacio donde el cliente solo podrá comer, en cierto sentido es relajante para aquellos clientes que buscan alejarse de ruidos o algún otro elemento que distorsione un momento de paz y relajación pero por otro lado tiende a ser aburrido para los clientes.

Las mayores distracciones que se presenta en el municipio de Nindirí son el parque de los dinosaurios y el parque infantil para niños menores de 10 años , permitiendo así que los visitantes y turistas puedan disfrutar de un ambiente a meno antes o después de hacer uso de servicios gastronómico.

2.1.2 Precios ofrecidos por parte de la competencia

Se debe mencionar que se hizo una exploración relativa del menú de la competencia y se detallan a continuación.

Tabla 2.

Costo de Platos y bebidas.

	Precios
Plato fuerte	Oscilan de 200 a 450 córdobas
Extras (complementos)	Oscilan de 35 a 60 córdobas
Platillos familiares	Oscilan 850 córdobas.
Cervezas	35 y 40 córdobas
Bebidas naturales	Oscilan de 35 a 50 córdobas
Gaseosa, agua y gatorade	Oscilan de 30 a 55 córdobas
Ron Gran Reserva	100 a 525 córdobas

Además de los precios encontrados en la siguiente tabla se muestran algunos aspectos que contribuyen de manera indirecta al establecimiento de precios

Tabla 3.

Características de la competencia.

Elementos/Restaurantes	Estancia Victoria	Restaurante Bucaneros	La Sazón de Las Lugos	Picnic	Comedor Vilma
Precio en adquisición de materia prima	Altos	Altos	Altos	Altos	Medios
Desperdicios	Medios	Medios	Medios	Medios	Medios
Gastos en propaganda	Medios	Medios	Medios	Medios	Medios
Accesibilidad	Accesible	Accesible	Accesible	Accesible	Accesible
Capacidad atención(clientes)	70	86	54	60	48
Afluencia de clientes	Regular	Regular	Regular	Regular	Regular
Seguridad	Si	Si	Si	Si	Si
Atención esmerada	Regular	Regular	Regular	Regular	Regular
Sabor de platillos	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno
Diversidad gastronómica	Bueno	Bueno	Regular	Bueno	Regular
Horarios de atención	Lun-Dom	Lun-Dom	Lun-Dom	Lun-Dom	Lun-Dom
Ambiente de distracción	Laguna	Laguna	No Existe	Laguna	No Existe

2.2 Análisis de la demanda:

Se entiende por demanda la cantidad de bienes y servicios que el mercado requiere o solicita para buscar la satisfacción de una necesidad específica a un precio determinado.

Actualmente la ciudad de Nindirí cuenta con un sinnúmero de establecimientos que se dedican a la oferta de servicios gastronómicos, los mismos se componen de cafetines, kioscos, bares y restaurantes, estos dos últimos a pequeños rasgos presentan oferta similares pero el fin de ambos es completamente distinto que se describen a continuación

Bares: Los bares son negocios en donde su principal giro es la oferta de bebidas alcohólicas, pero también presentan oferta gastronómica pero la misma no es tan variante puesto que ofrecen menos diversidad que los restaurantes.

Restaurantes: El principal giro de este negocio es la oferta gastronómica, en donde disponen un menú amplio de platillos, estos negocios cuentan en su mayoría con servicio a la carta

Para el análisis de la demanda del Bar – Restaurante “Delicia de mi pueblo”, se tiene como objetivo medir los requerimientos del mercado de turistas y visitantes, con respecto al servicio de gastronomía y como se puede lograr la satisfacción de dicha demanda.

Para determinar dicha demanda se aplicó una encuesta a turistas y visitantes de la ciudad de Nindirí, los resultados son los siguientes.

¿Con que frecuencia visita usted el municipio de Nindirí?

Tabla 4.

Frecuencia de Visita.

	Frecuencia	Porcentaje
1 vez al mes	59	70.23%
2 veces al mes	14	16.66%
3 veces al mes	2	2.38%
Ninguna de las anteriores	9	10.71%



Figura 1.

Frecuencia de Visita.

En las respuestas obtenidas el 70.23% de los encuestados si visitan la ciudad de Nindirí al menos una vez al mes, estos representan posibles clientes del Bar-Restaurante “Delicias de mi pueblo”.

¿En qué horarios visita Nindirí?

Tabla 5.

Horarios de Visita.

	Cantidad	Porcentaje
De 8:00am a 12:00am	16	19%
De 8:00am a 6:00pm	54	64%
Después de mediodía	10	8.4%
Por la noche	4	6.6%
Otros	0	0%

En las respuestas obtenidas el 64% de los encuestados que visitan la ciudad de Nindirí se quedan durante todo el día, esto nos permite determina los horarios en que tendremos mayor afluencia en local.

¿Estaría dispuesto a visitar Bar – Restaurante “Delicias de mi pueblo” como una nueva alternativa de servicios gastronómicos?

Tabla 6.

Aceptación por parte de Visitantes.

	Frecuencia	Porcentaje
Si	69	82,5%
No	15	17,5%

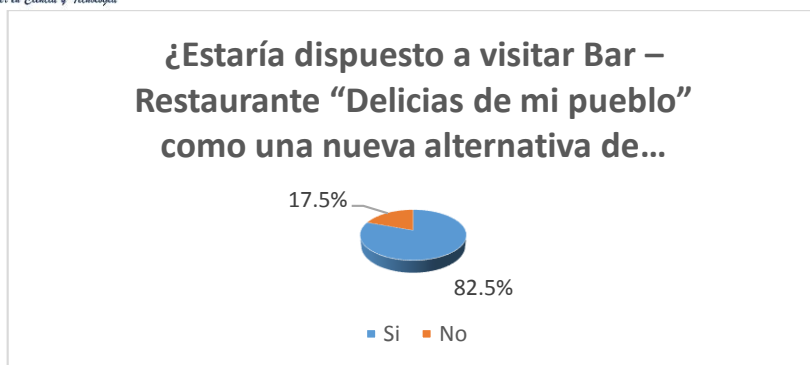


Figura 2.

Nivel de aceptación de los visitantes de restaurantes.

En las respuestas obtenidas el 82.50% de los encuestados que visitan la ciudad de Nindirí están dispuestos a visitar Bar – Restaurante “Delicias de mi pueblo”, como una nueva alternativa gastronómica, esto nos permite determinar que tendremos afluencia de clientes en Bar-Restaurante.

Mercado Potencial

El mercado potencial corresponde al mercado representado por visitantes de la ciudad de Nindirí el cual está estimado en 13335 personas, este resultado se obtuvo a través de una investigación directa de clientes de los distintos restaurantes del municipio de Nindirí.

Mercado Meta

El mercado meta está determinado por los turistas y visitantes del municipio de Nindirí que hacen uso de servicios gastronómicos, y de los cuales están dispuestos a

visitar el Bar –Restaurante “Delicias de mi pueblo”, esto representa un 82.5% para dar un total de 11000 personas aproximadamente de manera anual.

Por otro lado se representa los horarios de visita que mayormente prevalecen y eso nos arrojó un dato de permanencia de todo día, esto nos demuestra que existirá demanda de los servicios gastronómicos.

Las personas encuestadas que se inclinan a visitar Bares y Restaurantes, para ellos lo que más peso tiene o les gusta es el ambiente de local. Se logró detectar según las personas encuestados, no existen locales que satisfagan esta demanda ya que el 70.13% dijo no haber encontrado locales donde ofrezcan servicios de gastronomías donde predomine el tipo de ambiente que ellos demandan.

Análisis de los precios:

Para llevar a cabo el análisis de los precios se tomaron en consideración las siguientes preguntas y sus resultados:

Evalué en una escala del 1 al 9 como encontró los precios desde lo más económico hasta lo más caro, partiendo de un precio de C\$ 200 córdobas hasta C\$ 700 córdobas.

Tabla 7.

Precios en que los visitantes encuentran en los distintos restaurantes.

	Frecuencia	Porcentaje
Rango de 1 a 3 económico	10	12.99%
Rango de 4 a 6 normal	40	51.95%
Rango de 7 a 9 caro	27	35.06%

En las respuestas obtenidas el 51.95% de los encuestados que visitan la ciudad de Nindirí encuentran los precios entre el rango de lo normal tomándose dicha referencia como un costo promedio el cual puede corresponder a un precio de C\$ 350 córdobas.

¿Usualmente cuánto gasta en este tipo de establecimiento?

Tabla 8.

Promedio de gastos por parte de visitantes en los restaurantes del municipio de Nindirí

	Frecuencia	Porcentaje
Menos de 300	8	11%
Entre 300 y 500	60	70%
Más de 500	16	19%

2.3 Mezcla de mercado

La actividad primordial del mercadeo, es la satisfacción de las necesidades del consumidor, potencial o actual. La mezcla de mercadeo o “marketing mix”, es la herramienta que utilizan las empresas, para combinar las tácticas de mercadeo, que nos conllevarán a alcanzar los objetivos establecidos.

Para lo antes mencionado se definirá una descripción del servicio a brindar.

2.3.1 Descripción del servicio:

Los platillos ofrecidos a los clientes se prepararan con ingredientes frescos de tal forma que el sabor, aroma y contextura de los platillos sea para un mejor deguste de los clientes, además se procurara en la manera de lo posible disminuir tiempos en la preparación de alimentos , la idea no es retirar dichos alimentos antes de su tiempo de cocción si no , no extender el tiempo de cocción de los mismos para que al momento de servirlos el cliente espere lo necesario.

Además de la pronta atención a los clientes se contara con mayor cantidad de platillos.

Se ofrecerán bebidas para mayores de edad bien frías, de tal forma que los clientes que consuman este tipo de bebidas degusten con mayor provecho dichas bebidas.

2.3.2 Determinación de precios:

La determinación de precio de los distintos platillos se realizara por medio de costos incurridos en la preparación de cada uno de estos.

2.3.3 Plaza

La plaza corresponde al lugar donde se va a comercializar el servicio en este caso el de Bar y Restaurante, para lo cual ya los inversionistas cuentan con un terreno propio el mismo se sitúa de la entrada principal de Nindirí dos cuadras hacia el sur-este en el kilómetro 26 carretera Managua-Masaya, este terreno tiene una dimensión de 2000 vr , equivalente a 1672 metros cuadrados.

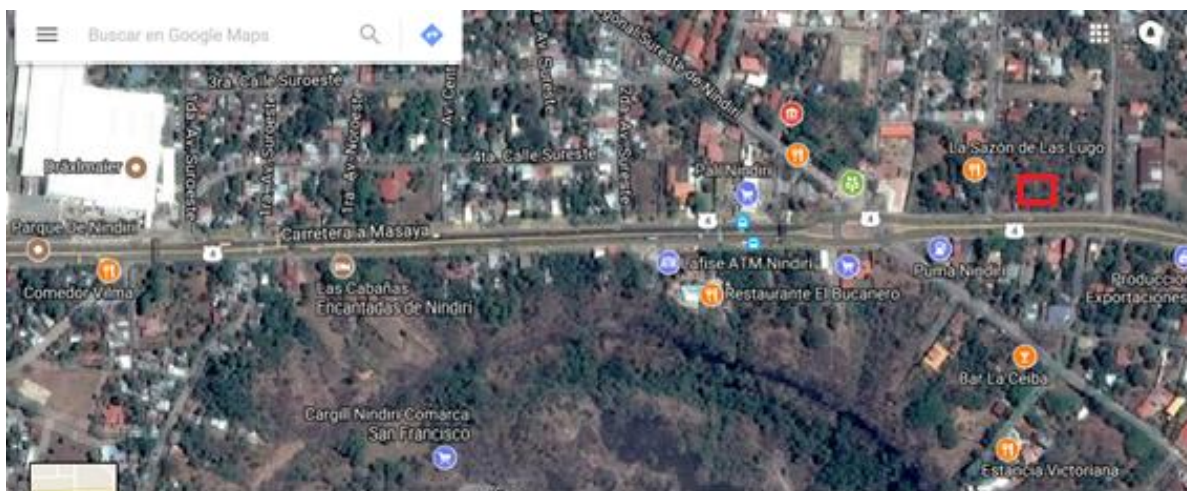


Figura 3.
Ubicación del bar y restaurante.

Como se puede apreciar en la imagen anterior se muestran los distintos establecimientos que ofrecen servicios gastronómicos, el terreno con el que cuentan los inversionistas se encuentra exactamente al costado sur del restaurante La Sazón de las Lugo.

2.3.4 Publicidad y Promoción

La publicidad y promoción son indispensables para dar a conocer el negocio, para uso de la misma se utilizarán varias estrategias que permitan que el Bar y Restaurante presenten a mediano plazo afluencia de clientes considerables para proporcionar ganancias.

Volantes

Se facilitarán volantes a los turistas y visitantes del municipio de Nindirí, las mismas se entregarán en el nuevo parque de la municipalidad y en la entrada principal del municipio.

Mantas publicitarias

Las mantas publicitarias serán ubicadas en puntos estratégicos del municipio para que los posibles clientes las puedan observar y darse cuenta de la apertura del negocio.

Anuncios en los medios televisivos y radiofónicos

Propaganda en redes sociales:

Se hará uso de las redes sociales como son las más destacadas Facebook y YouTube , ambas para promocionar .

Promociones y descuentos

Cuando los clientes lleguen al establecimiento se hará uso de las siguientes estrategias para incentivar al mismo a mayores frecuencias de visita.

Hora feliz : La hora feliz está definida por rebajas en precios de bebidas alcohólicas en un 5%, este descuento se realiza a partir de las tres de la tarde hasta las cinco de la tarde de lunes a viernes , esto para captar clientes en horarios no concurridos.

Promoción en cervezas en disposición de la compañía distribuidora.

Ingresos por ventas

Los ingresos están determinados por dos factores importantes en donde el primero que corresponde a la cantidad de elementos adquiridos por los clientes (uso del servicio gastronómicos en el Bar y Restaurante) y el segundo esta dirigido al precio que se cobró por el servicio para lo cual se realiza la siguiente tabla.

Tabla 9.
Ingresos por ventas.

	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo	
Cientes	25	26	27	25	25	35	35	
Consumo	C\$ 350.00	C\$ 350.00	C\$ 350.00	C\$ 350.00	C\$ 350.00	C\$ 350.00	C\$ 350.00	
Total	C\$8,750	C\$9,100	C\$9,450	C\$8,750	C\$8,750	C\$12,250	C\$12,250	C\$69,300

Según los resultados de encuesta la cantidad de clientes que están dispuesto a visitar el Bar y Restaurante es en promedio de 30 clientes aproximadamente.

El ingreso semanal asciende aproximadamente a un monto de C\$ 69,300 córdobas con una demanda en promedio de 25 clientes diarios y como promedio de consumo de C\$ 350 córdobas, el cual es un monto posible de captar por parte del Bar y Restaurante.

Tabla 10.
Proyección de ingresos.

Ingresos semanales	Ingresos Mensuales	Ingresos Anuales
C\$69,300	C\$ 277,200	C\$ 3,326,400

Gastos en publicidad:

La publicidad a emplear para dar a conocer el negocio está determinado por tres elementos los cuales corresponden a volantes, mantas publicitarias y propaganda en medios de radio.

Tabla 11.
Costos en Publicidad.

Descripción	Cantidad	Costo
Volantes	50000	C\$ 2000
Personal para volante	2	C\$1500
Mantas publicitarias	6	C\$3000
Radios	-----	C\$12,000
Total		C\$18,500

CAPÍTULO 2.

Elementos Técnicos– Organizacional, Jurídico y de Inversión

En este estudio se muestran todos los elementos técnicos que hacen posible conocer todo lo requerido que ponga en marcha al bar y restaurante además de los elementos organizacionales y jurídicos que permitan el funcionamiento del negocio.

2.1.1 Ubicación del negocio

Macro localización: la macro localización corresponde a la ubicación física de manera global del negocio, en este caso la ubicación global del negocio corresponde en la ciudad de Masaya.

Micro localización: la micro localización corresponde a la ubicación física del negocio, siendo esta la más detallada posible , para lo cual se dispone a describir la ubicación del mismo , Este negocio está ubicado en el kilómetro 26 carretera Managua –Masaya , de la entrada principal del parque de los dinosaurios 150 metros al sur, costado sur de restaurante Las Sazón de las Lugos.

2.1.2 Determinación del tamaño óptimo de la planta

El tamaño óptimo de la planta está determinado por la capacidad que se tiene en cuanto a clientes que se pueden atender sin tener deficiencias en el servicio para lo cual se toma como referencia la cantidad de clientes que visitan el local , esto es brindado gracias a estudio de mercado que se realizó previamente

El negocio estará por cuatro áreas principales, las mismas corresponden a los procesos envueltos al brindar el servicio, estas áreas corresponden a área de comedor, área de caja , área de cocina y área de bodega, cabe señalar que existe una oficina dedicada al gerente del negocio pero este espacio no entra directamente en la atención al cliente.

En el área de comedor estarán distribuidas todas las mesas y sillas para brindar el servicio al cliente, esta área de comedor tiene dimensiones de 15 * 18 metros,

equivalente a 270 metros², en esta área se ubicaran 30 comedores (Mesas con 4 sillas cada una), cada comedor tendrá una dimensión de 80 cm * 70 cm , de tal forma que sea lo suficientemente espaciosa para 4 personas al momento de degustar el servicio. Este negocio contara con una pequeña tarima de dimensiones de 2 metros * tres metros, equivalente a seis metros cuadrados, en donde los clientes tienen la oportunidad de cantar las músicas que prefieran ya que este espacio esta dedicado para karaoke.

Las segunda área está determinada por el área de cocina, en esta área se distribuirán todos los elementos necesario para la preparación y conservación de alimentos, en la misma se situaran una refrigeradora de 12 pies , además de una cocina industrial esta cocina estará equipada con un mueble de despensa , en este se almacenan todos los juegos de vajillas e insumos que se utilizan en la preparación de alimentos.

La tercera área comprendida para este negocio corresponde al área de caja en donde se ubicaran los elementos necesarios para la atención de cliente principalmente para despachar productos como bebidas alcohólicas y no alcohólicas , para ello se situaran tres equipos de refrigeración , además este espacio cuenta con un estante , este contiene bebidas alcohólicas no refrigeradas como rones nacionales y extranjeros , wiski , tequilas y similares, también se tiene una mesa especial con asientos(Barra) para atender a clientes que no gusten ocupar los comedores. Otro aspecto a determinar en este espacio es que se encuentra un escritorio en donde se tiene un equipo de cómputo que registra todas las ventas realizadas.

El último espacio no menos importante es el área de bodega que es donde se almacena toda la materia prima que se utiliza en la preparación de alimentos, esta comprende un área de 4 metros * 5 metros equivalente a 20 metros cuadrados , en esta se ubican estantes que se utilizan para guardar dicha materia prima , además de un escritorio en donde se ubica un equipo de computo para registrar entradas y salidas de dicha materia prima.

2.1.3 Distribución de planta

Para un mejor control de procesos y organización en la ejecución del servicio se dispone la distribución de plantas, tomando en cuenta las áreas antes mencionadas las cuales contribuyen de forma directa a la atención del al brindar el servicio gastronómico.

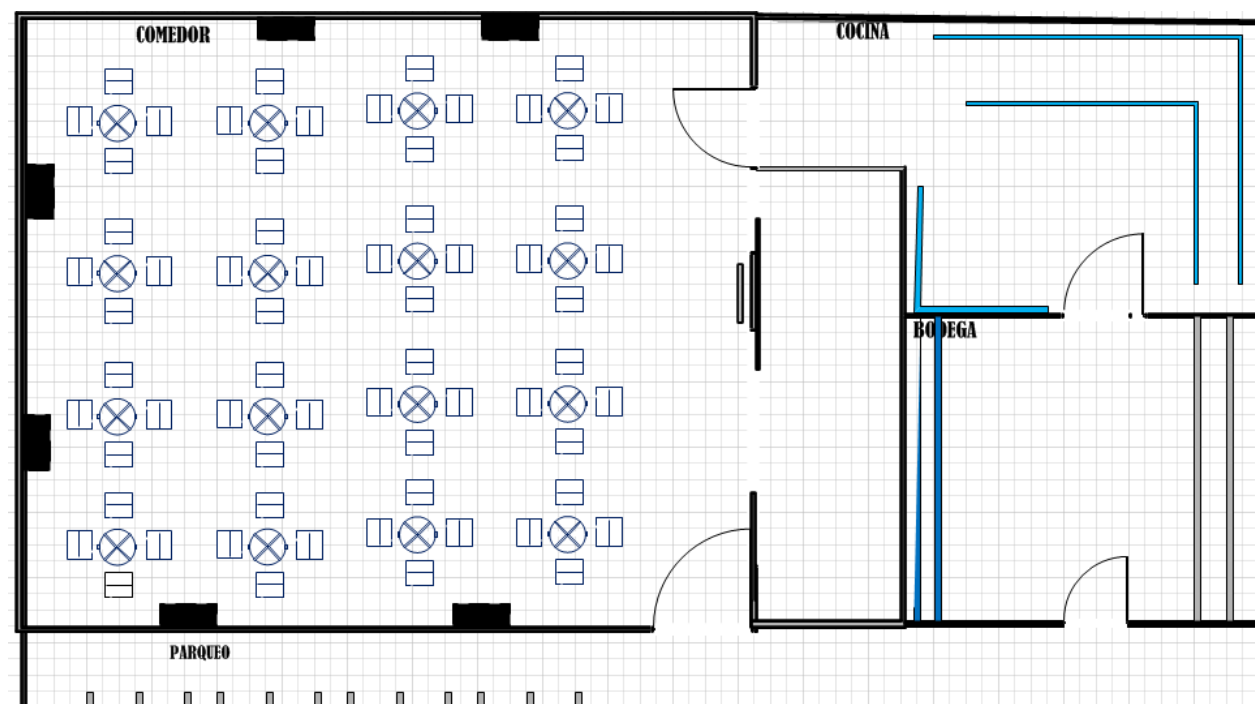


Figura 4.
Distribución de Planta del bar y restaurante.

2.1.4 Procesos

Procesos del servicio

Los proceso al brindar el servicio de bar y restaurante estará compuesto por un sin número de fases que comprenden desde la entrada de clientes hasta la cancelación de la cuenta.

Inicio: El proceso inicia cuando el cliente entra al Bar y restaurante, en la puerta del mismo se va a situar mesero quien le recibirá y además lo llevara a una mesa desocupada para que el cliente pueda ordenar.

Ordenar: El mesero que le llevo a la mesa se retira y entra en función otro mesero quien le tomara la orden , si el cliente no está decidido entonces el mesero se retirara momentáneamente y regresara en un lapso comprendido entre 10 y 15 minutos , cuando el cliente se haya decidido a realizar la orden , el mesero apuntara en una libreta la solicitud del cliente , luego depositara dicha orden en el área de cocina , posterior el mesero que levanto la orden servirá las bebidas (Refrescos) necesarias para brindarla a los clientes , esto funcionara como entremés para hacer tiempo mientras la preparación de alimentos.

Preparación de Alimentos: Se recibe la orden en el ares de cocina , según lo que contenga esta lo los cocineros empezarán a cocinar y preparar según se necesite cocinar ya que algunos preparativos se cocinaran de forma genérica para todos los platillos como por ejemplo arroz , frijoles , puré , ensaladas y otros preparativos , los complementos principales del platillo se prepararan una vez el cliente lo solicite.

Servicio a la meza: Una vez lista la orden del cliente se le avisara al mesero para que este la retire de la cocina y la sirva al cliente que solicito dicha orden y este estará atenta a otra solicitud por parte del cliente de tal forma que se puede iniciar nuevamente la solicitud de otra orden.

Solicitud de cuenta: cuando el cliente crea necesario la cancelación del servicio pedirá al mesero la cuenta, el mesero detallara todo lo consumido y su monto a pagar.

Pago en caja: El mesero llevara a caja al cliente para que este pueda hacer efectivo el pago, el cliente puede permanecer en la mesa si así lo desea, de retirarse, el servicio habrá concluido.

Procesos de preparación de alimentos

El proceso de preparación de alimentos consta de los siguientes pasos

Inicio: El primer paso en la realización de del proceso de preparación de alimentos está compuesto por la preparación de las distintas carnes, este proceso de preparación de carnes está determinado por la unción de esencias especiales a dichas carnes, a este proceso en el dialecto nicaragüense se le llama relajar las carnes.

Solicitud a Bodega: Una vez que se tienen preparadas las distintas carnes se procede a realizar un pedido de materia prima al almacén, este pedido está comprendido por

granos básicos como arroz, frijoles, verduras, esencias y otros elementos que se necesitan en la preparación de platillos.

Preparación de alimentos básicos: En este proceso destaca la cocción de arroz, frijoles, purés, tostones, tortillas y demás elementos que no determinan el complemento principal del platillo.

Recepción de orden: En este paso se realiza la recepción de la orden de solicitud del platillo por parte del cliente.

Cocción de complemento principal: En este paso el cocinero prepara el elemento principal del platillo, el elemento principal está en dependencia de la solicitud del cliente, ejemplo de ello es que en la solicitud se describe algún tipo de asado, entonces el cocinero prepara el asado correspondiente a la solicitud.

Preparación de la solicitud: Una vez que se tiene claro la solicitud del cliente y se tiene en su totalidad todos los elementos que componen el platillo solicitado por el cliente se procede a componer dicho platillo.

Entrega de platillo. El cocinero se comunica con el mesero encargado de la solicitud del cliente para entregarle el platillo.

Proceso de administración de bodega

El área de bodega está dedicado a servir todos lo necesario en cuanto a materia prima se refiere para la preparación de alimentos, para lo cual se detallan los siguientes pasos en el proceso incurrido en esta área.

Inicio: Este proceso inicia en el control y supervisión de inventario para lo cual el encargado de bodega tiene un registro de la materia prima e insumos situados en la bodega,

Levantamiento de faltantes: El encargado de bodega realiza una lista de todos los elementos faltantes en materia prima e insumos así también como los que están a punto de llegar a un mínimo de stock.

Compras: El encargado de bodega en caso necesario realiza las compra de todos los elementos faltantes en cuanto a materia prima en insumos.

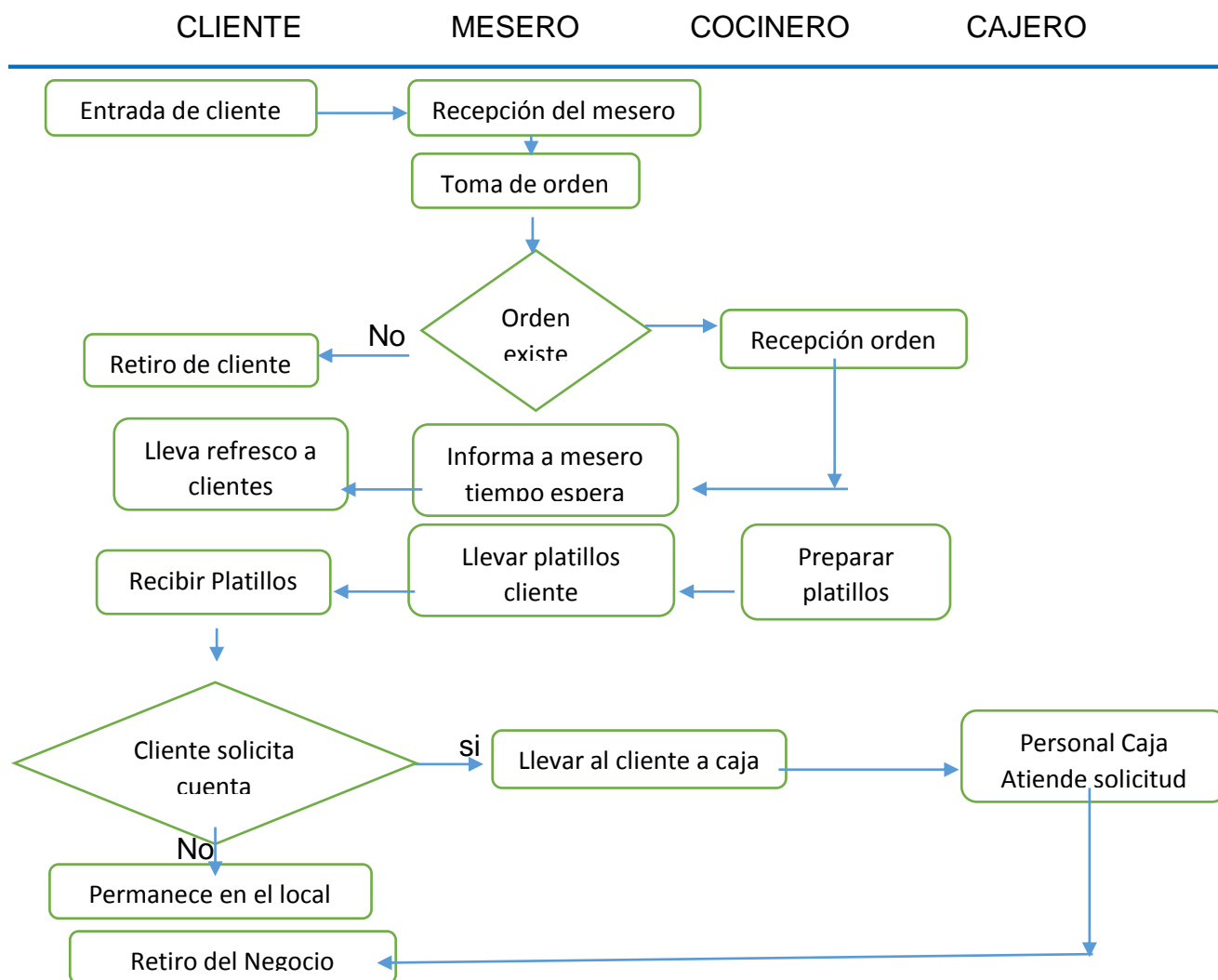
Clasificación y ordenanza: El encargado de bodega clasifica y ordena la materia prima existente, para un mejor control de la misma.

Atender solicitud de cocina: el encargado de bodega recibe solicitudes de parte de cocineros, esto para suplir todo lo necesario en la preparación de platillos.

Control de solicitudes: El encargado de bodega lleva un registro de las solicitudes emitidas y recibidas por parte de los cocineros.

2.1.5 Diagrama de flujo

El diagrama de flujo representado para este negocio mostrara de manera gráfica el flujo que conlleva la ejecución de procesos para cumplimiento del servicio brindado a los clientes.



2.1.6 Proveedores

Para la adquisición de materia prima, insumos y otros elementos que permiten el buen funcionamiento del negocio sale importante describir a los proveedores que faciliten dichos elementos.

2.2.1 Cultura Organizacional

Misión: Somos un negocio del sector de entretenimiento dedicados a la oferta de productos gastronómicos para la satisfacción de todos los visitantes y turistas del municipio de Nindirí.

Visión: ser una de las mejores alternativas de servicios gastronómicos con referencia a nivel nacional, contando con las mejores instalaciones y personal amable y altamente calificado, dedicados a la satisfacción de turistas y visitantes del municipio de Nindirí.

Valores y principios

Honestidad Puntualidad Lealtad

Respeto Trabajo en equipo

Factores claves de éxito

El negocio cuenta con variedad de platillos para que los clientes tengan distintas opciones de degustación.

El local contara con televisores, en los mismos se presentaran contenido deportivo para atracción de los clientes.

Los meseros estarán capacitados para atender las solicitudes de los clientes de manera rápida y oportuna

El local contara con condiciones ideales para recrear un ambiente familiar.

2.2.2 Estructura Organizacional

Esta estructura muestra la composición del negocio de tal forma que se puedan mostrar de manera jerárquica los puestos , cargos administran el negocio para lo cual se detallan los siguientes cargos.

Organigrama.

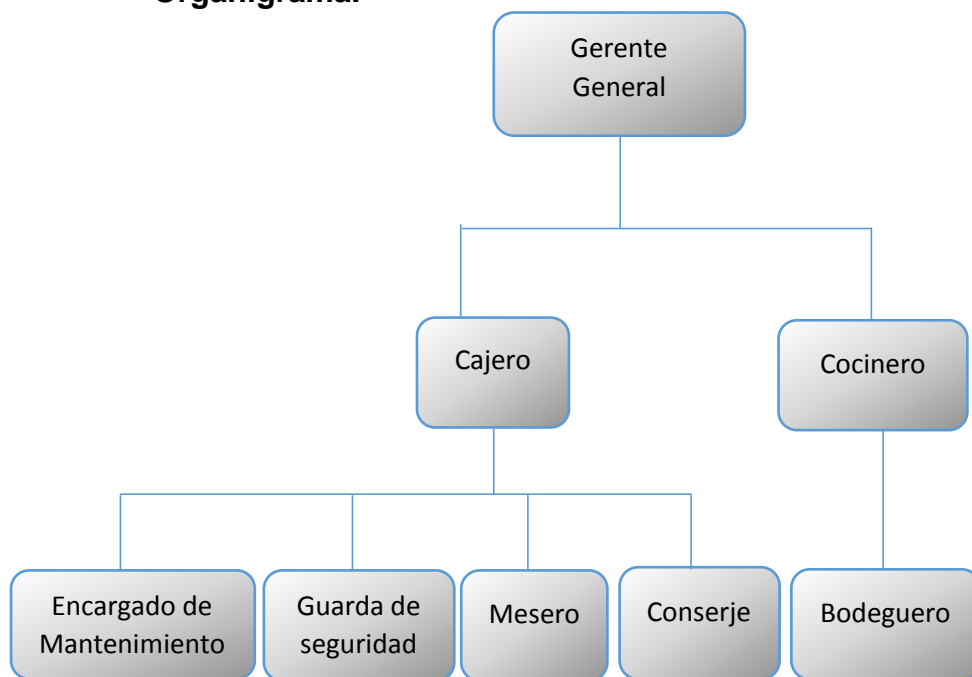


Figura 4.

Organigrama de puestos de trabajo.

2.2.3 Sistema de valuación de puestos

La evaluación de puesto se realizara en dependencia de la necesidad que tiene el negocio en cuanto a la contratación de personal requerido para lo cual se hace uso de una tabla correspondiente a los factores de evaluación de puesto.

Valuación de los cargos mediante la evaluación de cada factor

Consideraremos para este negocio 6 cargos bien definidos y se realizará el análisis respectivo con sus 11 aspectos: Gerente general, Cocinero, Cajero, Limpiador, Bodeguero, guarda de seguridad.

Tabla 12.
Puntos por puesto.

Puesto/Factores/Puntos	Instrucción	Experiencia	Iniciativa	Esfuerzo	Concentración	Supervision
	Puntos	Puntos	Puntos	Puntos	Puntos	Puntos
Gerente general	75	50	50	6	24	60
Cocinero	45	50	30	12	18	15
Cajero	45	50	30	12	18	15
Conserge	15	25	10	18	6	15
Mantenimiento	15	25	10	18	6	15
Encargado Bodega	45	25	20	24	18	15
Guarda de seguridad	15	25	20	6	18	15
mesero	30	25	30	18	18	15

Tabla 13.

Total de Puntos por puesto.

Puesto/Factores/Puntos	Mat/ Equip	Procesos	Inf. Confidencial	Ambiente	Riesgo	Total
	Puntos	Puntos	Puntos	Puntos	Puntos	
Gerente general	45	50	24	24	8	416
Cocinero	90	30	4	8	32	334
Cajero	15	20	4	8	8	225
Conserge	30	10	4	4	8	145
Mantenimiento	30	10	4	4	8	145
Encargado Bodega	30	20	4	8	8	217
guarda de seguridad	30	10	4	4	48	195
mesero	15	30	4	4	8	197

Grafica de Salario VS Puntuación

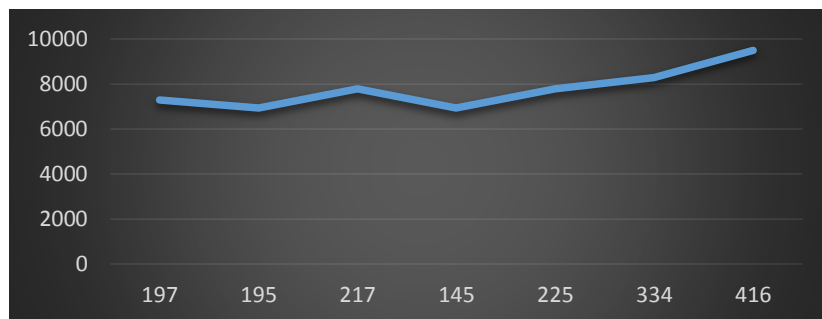


Figura 6.

Línea salarial vs puntaje de factores de puestos de trabajo.

Para la determinación de salario se toma como referencia el salario mínimo de Nicaragua, ya que el mismo presenta alzas semestralmente, actualmente para el sector de restaurantes este se encuentra en C\$6921.93¹⁰

Tabla 14.

Salarios de los distintos puestos.

CARGO	Puntaje	Salario
MESERO	197	C\$ 7.500
GUARDA DE SEGURIDAD	195	C\$ 7.500
ENCARGADO BODEGA	217	C\$ 7.800
CONSERGE	145	C\$ 7.000
MANTENIMIENTO	197	C\$ 7.500
CAJERO	225	C\$ 7.800
COCINERO	334	C\$ 8.300
GERENTE GENERAL	416	C\$ 12.000

¹⁰

<http://www.mitrab.gob.ni/bienvenido/documentos/acuerdos/ACTA%20ACUERDO%20DE%20LA%20COMISION%20DE%20SALARIO%20MINIMO%202017.pdf>

2.2.4 Costos de operación

Materia prima:

Los costos en materia prima constituyen aquellos costos que se incurren directamente para la preparación de los platillos, como por ejemplo, para la preparación de un servicio de carne asada se tiene previsto los costos de la carne, las tajadas ya sean de plátano maduro o de plátano verde o de tortilla y si se prefiere tostones, además el costo del arroz, del aceite, carbón, de la ensalada a preparar, además del puré de papas o frijoles si prefiere y por último el costo de gas en el uso de la cocina, para reflejar los costos de materia prima se auxilió de la siguiente tabla para determinar un aproximado en costos de productos de manera mensual.

Tabla 15.

Estimación en costo en la preparación de platillos.

DESCRIPCIÓN	CONSUMO MENSUAL	CONSUMO ANUAL	PRECIO POR UNIDAD	TOTAL
ARROZ	420 lb	5040	C\$ 14	C\$ 70.560
PAPAS	420 lb	5040	C\$ 12	C\$ 60.480
PLÁTANOS	840 u	10080	C\$ 5	C\$ 50.400
GASEOSAS	840 u	10080	C\$ 7	C\$ 70.560
CERVEZAS	420 u	5040	C\$ 21	C\$ 105.840
LICORES	48 u	576	C\$ 148	C\$ 85.248
POLLO	150 lb	1800	C\$ 32	C\$ 57.600
CARNE DE RES	150 lb	1800	C\$ 90	C\$ 162.000
CARNE DE CERDO	150 lb	1800	C\$ 85	C\$ 153.000
ACEITE PARA COCINAR	300	3600	C\$ 32	C\$ 115.200
VERDURAS	---	-----	C\$ 18.000	C\$ 18.000

FRUTAS	---	-----	C\$ 20.160	C\$ 20.160
ESENCIAS	---	-----	C\$ 10.080	C\$ 10.080
INSUMOS(GAS)	4	48	C\$ 950	C\$ 45.600
				C\$ 1.024.728

Los precios antes descritos representan el costo de adquisición del producto hasta el mes de octubre del año 2017.

2.3 Inversión

La inversión está constituida por todos los costos incurridos de tal forma que la empresa en función, dicha inversión comprende desde el gasto de publicidad, compra de equipos, capital de trabajo, entre otros.

2.3.1 Inversión Fija, Diferida y Capital de trabajo

2.3.1.1 Inversión Fija

La inversión fija es la inversión en activos físicos, como principales activos se tiene el terreno, el edificio, las maquinarias, los equipos de cómputo y oficina, entre otros.

El terreno y el edificio posiblemente sean los activos con mayor precio, para ventaja de los inversionistas, estos ya cuentan con el terreno, el cual está situado en las cercanías de la entrada principal de Nindirí con dimensiones de 38 metro de largo por 44 metros de ancho, dando un total de 1672 metros cuadrados.

La construcción del edificio tiene un costo de \$35,000 dólares puesto que se cotizo a distintas empresas y se seleccionó a la más acertada por un mejor precio y a mejores requerimientos de construcción, en la construcción del edificio se incluyen construcción total del edificio además de remodelación interna y externa, el edificio se entregara con el sistema eléctrico y sistema de agua potable ya instalado además de climatización.

En la siguiente tabla se detallan los activos fijos de la empresa, cada uno con sus respectivos costos de adquisición, los mismos fueron cotizados en distintas

empresas, seleccionando de igual manera los de menor precio y mejores requerimientos de calidad ajustados a la funcionalidad del negocio.

Cabe señalar que la Compañía Cervecera de Nicaragua tiene como política facilitar equipos de refrigeración siempre y cuando los clientes adquieran de manera semanales entre 5 a 10 cajas de cerveza en presentación de 345ml o cajas de representación de 1 litro por lo cual se cuenta con la adquisición de un equipo de refrigeración por parte de la compañía cervecera.

Tabla 16.

Inversión en equipos electrónicos.

Equipos electrónicos	Cantidad	Precio unitario	Total
Parlantes(bluetooth)	4	C\$ 4.000,00	C\$ 16.000,00
Televisores Plasmas(32")	8	C\$ 10.200,00	C\$ 81.600,00
TOTAL			C\$ 97.600,00

Tabla 17.

Inversión en remodelación del edificio.

Construcción	Cantidad	Precio unitario	Total
Edificio	-----	-----	C\$ 1067500
TOTAL			C\$ 1067500

Equipos de cómputo	Cantidad	Precio unitario	Total
Equipos de cómputo	-----	C\$ 36000	C\$ 36000
TOTAL			C\$ 36000

Tabla 17.

Inversión en mobiliarios y equipos.

Mobiliario y equipos	Cantidad	Precio unitario	Total
Horno industrial	1	C\$ 7.000,00	C\$ 7.000,00
Cocina industrial	2	C\$ 12.000,00	C\$ 24.000,00
Parrilla para asar carnes	1	C\$ 1.500,00	C\$ 1.500,00
Tanque de gas 100 lb	2	C\$ 2.500,00	C\$ 5.000,00
Refrigerador	2	C\$ 12.000,00	C\$ 24.000,00
Batidora	1	C\$ 2.000,00	C\$ 2.000,00
Frezer para hacer hielo	1	C\$ 15.200,00	C\$ 15.200,00
Mobiliario			
Mesas	25	C\$ 1.800,00	C\$ 45.000,00
Sillas	100	C\$ 600,00	C\$ 60.000,00
Manteles	25	C\$ 250,00	C\$ 6.250,00
Servilleteros	25	C\$ 120,00	C\$ 3.000,00
Estantes para cocina	4	C\$ 2.000,00	C\$ 8.000,00
Estantes para materia prima e insumos	6	C\$ 740,00	C\$ 4.440,00
Gabinete para esencias , insumos y materia prima	4	C\$ 3.500,00	C\$ 14.000,00
Estantería para licores	1	C\$ 7.200,00	C\$ 7.200,00
Mesa para barra	1	C\$ 4.600,00	C\$ 4.600,00
TOTAL			C\$ 231.190,00

Tabla 18.

Inversión en otros mobiliarios y equipos.

Otros mobiliarios y Equipos	Cantidad	Precio unitario	Total
Cucharones	4	C\$ 160,00	C\$ 640,00
Cubetas pequeña para hielo	30	C\$ 255,00	C\$ 7.650,00
Vasos	120	C\$ 25,00	C\$ 3.000,00
Copas	30	C\$ 60,00	C\$ 1.800,00
Recipiente para combinar bebidas	2	C\$ 230,00	C\$ 460,00
Bandejas	10	C\$ 460,00	C\$ 4.600,00
Libretas	10	C\$ 32,00	C\$ 320,00
Recetarios para cocina	6	C\$ 520,00	C\$ 3.120,00
Juego de coladores	4	C\$ 75,00	C\$ 300,00
Juego de tazas (2 ps)	30	C\$ 85,00	C\$ 2.550,00
Tenazas para asar carnes	4	C\$ 165,00	C\$ 660,00
Juego de Exprimidor de cítricos	4	C\$ 78,00	C\$ 312,00
Juego de recipientes para esencias , insumos y materia prima	20	C\$ 60,00	C\$ 1.200,00
Escalera 6ft	1	C\$ 3.600,00	C\$ 3.600,00
Cajillas para transportar materia prima	4	C\$ 150,00	C\$ 600,00
Carretilla para transportar materia prima	1	C\$ 1.800,00	C\$ 1.800,00
Lavadero	2	C\$ 650,00	C\$ 1.300,00
Balde 10 lts	10	C\$ 120,00	C\$ 1.200,00
Lampazo	2	C\$ 120,00	C\$ 240,00
Escoba	2	C\$ 78,00	C\$ 156,00
Lavadero mini	1	C\$ 450,00	C\$ 450,00
Equipo para limpiar lampazo	1	C\$ 850,00	C\$ 850,00
TOTAL			C\$ 36.808,00

2.3.2 Inversión Diferida

Como inversión diferida se tienen todos los costos necesarios que constituyen de manera legal el negocio para que entre en funciones, por lo cual se tiene que realizar un sin número de procesos los cuales se muestran a continuación.

Como primer paso se tiene la solicitud de un documento provisional en la policía nacional que faculta al solicitante a tramitar los permisos necesarios en algunas instituciones del estado de Nicaragua, a este documento se le llama Documento de Aprobación.

Una vez obtenido dicho documento se tiene que dirigir a la Dirección General de Ingreso DGI a inscribirse como contribuyente, para luego pagar impuesto según lo acordado en dicha institución.

Una vez inscrito en la DGI se tiene que dirigir a la alcaldía municipal, en este caso es la alcaldía del municipio de Nindirí o la alcaldía del departamento de Masaya, esto para hacer trámites de inscripción del negocio para impuestos municipales.

Después de adquirir un documento de matrícula emitido por la alcaldía municipal se tiene que trasladar a la estación municipal de bomberos, esto para solicitar un aval de instalaciones del negocio, este hace constar que dicho establecimiento está libre de algún acontecimiento de incendio u otro riesgo. Una vez obtenido el permiso de los bomberos se tiene que trasladar al Instituto Nicaragüense de Turismo INTUR, esto porque el giro del negocio está orientado al sector turismo, en este se adquiere un permiso de operación para servicios de turismo.

Luego de haber obtenido un documento de aprobación del INTUR se tiene que dirigir al Ministerio de Salud, en este se adquiere un aval que hace constar que el establecimiento está apto para ofrecer el servicio gastronómico , esto para garantizar salubridad , higiene y otros elementos que contribuyen al cuidado de los alimentos que se ofertan.

Una vez reunidos todos los requisitos se dirige nuevamente a la policía nacional para realizar el trámite del permiso de venta y consumo de bebidas alcohólicas.

Tabla 19.
Inversión diferida.

Descripción	Costo	Costo anual
DGI	C\$ 730	C\$ 8.760
Permiso de policía	C\$ 30	---
Alcaldía Municipal	C\$ 932	C\$ 11.184
INTUR	C\$ 1.200	---
MINSA	C\$ 1.200	---
Bomberos	C\$ 600	---
	C\$ 4.692	C\$ 19.944

2.3.3 Capital de Trabajo

El capital de trabajo sirve para que el negocio funcione en un tiempo determinado , esperando que este genere ingresos , para lo cual se estima tres meses de funcionamiento , en ese tiempo se tendrá capital disponible para pagar salarios , gastos de servicios básicos , compra de materia prima , entre otros , para lo cual se detalla en la siguiente tabla.

Mano de obra

Tabla 20.

Mano de obra.

Nombre del cargo	Descripción del funciones	Cantidad
Gerente General	Administración total del negocio	1
Cocinero	Encargado de la preparación gastronómica	2
Guarda de seguridad	Encargado de la seguridad interna y externa del establecimiento	2
Cajero	Atender solicitudes de clientes y meseros en cuanto a la venta de producto y cancelación de cuentas	1
Encargado de Bodega	Encargado de la administración de materia prima e insumos	1
Conserje	Encargado de la limpieza del negocio	1
Encargado de Mantenimiento	Encargado del mantenimiento del negocio	1
Mesero	Encargado de la atención directa a los clientes	4

Costos en mano de obra directa

La mano de obra directa está compuesta por todos los trabajadores que están involucrados directamente en la preparación de platillos y atención al cliente , de los mismos se tiene estimado un salario mensual en dependencia del cargo que

desempeñan , en consecuencia se tiene que los que trabajan de manera directa con la preparación de platillos y atención al cliente son los que se muestran en la siguiente tabla.

Tabla 21.
Costo en obra directa.

CARGO	Puntaje	Cantidad Empleado	Salario	tTotal	Salario Anual
MESERO	197	4	C\$ 7.300	C\$ 29.200	C\$ 350.400
CAJERO	225	1	C\$ 7.800	C\$ 7.800	C\$ 93.600
COCINERO	334	2	C\$ 8.300	C\$ 16.600	C\$ 199.200
TOTAL				C\$ 32.200	C\$ 643.200

El costo de mano de obra en mano de obra directa proyectada a un año esta estimada en C\$ 643.200.

El costo en mano de obra indirecta

Este está determinado por los costos incurridos en salario a personal que no está directamente ligado a la producción de platillos ni a la atención al cliente pero que permiten el funcionamiento del negocio, estos costos están compuestos salarios pagados el gerente general, pago a los guarda de seguridad.

Tabla 22.
Costo en obra indirecta.

CARGO	Puntaje	Cantidad	Salario	Salario Total	Salario Anual
GUARDA DE SEGURIDAD	195	2	C\$ 6.931	C\$ 13.862	C\$ 166.344
BODEGERO	217	1	C\$ 7.800	C\$ 7.800	C\$ 93.600

CONSERJE	145	1	C\$ 6.931	C\$ 6.931	C\$ 83.172
GERENTE GENERAL	416	1	C\$ 9.500	C\$ 9.500	C\$ 114.000
TOTAL				C\$ 24.231	C\$ 457.116

Para un total de gastos de salarios se tienen obtienen de las dos tablas anteriores el gasto de salarios mensualmente.

Tabla 23.

Total en Mano de obra.

CARGO	Cantidad	Salario	Salario Total	salario a tres meses	Salario Anual
GUARDA DE SEGURIDAD	2	C\$ 7.500	C\$ 15.000	C\$ 45.000	C\$ 180.000
BODEGERO	1	C\$ 7.800	C\$ 7.800	C\$ 23.400	C\$ 93.600
CONSERJE	1	C\$ 7.000	C\$ 7.000	C\$ 21.000	C\$ 84.000
GERENTE GENERAL	1	C\$ 12.000	C\$ 12.000	C\$ 36.000	C\$ 144.000
MESERO	4	C\$ 7.500	C\$ 30.000	C\$ 90.000	C\$ 360.000
MANTENIMIENTO	1	C\$ 7.500	C\$ 7.500	C\$ 22.500	C\$ 90.000
CAJERO	1	C\$ 7.800	C\$ 7.800	C\$ 23.400	C\$ 93.600
COCINERO	2	C\$ 8.300	C\$ 16.600	C\$ 49.800	C\$ 199.200
			C\$ 91.693	C\$ 275.079	C\$ 1.100.316

2.3.4 Costos

El mantenimiento de la actividad de una empresa genera un conjunto de costos, que se dividen en costos variables, que son directamente proporcionales a la producción y costos fijos que, como su nombre indica, son independientes y se producen periódicamente.

Costos variables

Consumo de energía

El costo en consumo de energía eléctrica está en dependencia del consumo que se tenga de la misma, actualmente el precio de consumo por kW es de 6.1507, para el consumo de energía se tiene los equipos de refrigeración, equipos de cómputo, equipos electrónicos como licuadoras, televisores y otros, por lo cual se tiene una estimación de 1200 kW de consumo mensualmente, esto daría un resultado de C\$ 7380.84.

Tabla 24.

Costo en consumo de energía.

Consumo kW	Precio kW	Consumo mensual	Consumo trimestral	Consumo anual
1.200	C\$ 6,1507	C\$ 7.380,84	C\$ 22.140	C\$ 8.8570,08

Consumo de agua

El costo en consumo de agua potable está en dependencia de la cantidad de metros cúbicos se consuma, para lo cual está estipulado para el segundo semestre de este año un precio de por metro cubico es de 12,1760 y teniendo en cuenta el giro del negocio el consumo en metros cúbicos será de 40 metros cúbicos dando un total de C\$ 487,04 mensualmente.

Tabla 25.

Costo en consumo de agua.

Consumo m3	Precio m3	Consumo mensual C\$	Consumo trimestral	Consumo anual
40	C\$ 12,1760	C\$ 487.04	C\$ 1.461	C\$ 5.844.48

Costo en línea fija de teléfono, televisión por cable e internet

El costo de estos servicio los facilita la empresa claro en un solo paquete que lo denomina casa claro que incluye línea fija con un mínimo básico de 200 minutos a teléfonos convencionales , además de televisión por cable con un servicio básico de 96 canales y también se incluye en este paquete internet de una velocidad de transferencia de datos de 2 MG , todo lo antes mencionado tiene un costo de \$39 más IVA el cual daría un total de \$45 dólares aproximadamente , este valor se multiplica a un precio de cambio oficial del dólar al periodo de septiembre del corriente de C\$30.36 , dando un total de 1366,2 mensual .

Tabla 26.

Costo en consumo de internet.

Consumo	Precio	Consumo mensual	Consumo trimestral	Consumo anual
(Casa claro 2MG)	C\$ 1.366	C\$ 1.366	C\$ 4.098	C\$ 16.394

2.3.5 Depreciación de Equipos

Con la depreciación lo que se logra realmente es ir acumulando un importe, recogido en cada periodo, de manera continua a lo largo del tiempo. El objetivo de realizar esta depreciación de un activo fijo es tener los recursos necesarios para la reposición de los bienes en el momento en el que dejan de ser útiles. De esta manera, se mantiene la capacidad operativa y productiva del negocio.

Existen varios métodos de depreciación pero en este caso en particular se trabajara con el método de depreciación de línea recta ya que es la única hábil para trabajar en el estado de Nicaragua.

La siguiente formula corresponde la depreciación del método de línea recta

$$D=DT/n$$

$$DT=C - VS$$

Donde

C=Costo del activo

VS=Valor de salvamento

n=Vida útil del activo

Con formula anterior se realizan las siguientes depreciaciones de loa activos del negocio, auxiliándose del porcentaje de depreciación en año de los distintos activos como se puede observar en la tabla 80099.88 (ver anexos).

Para los activos electrónicos del negocio tienen una depreciación de 2 años

$C = \text{C\$ } 97.600,00$

$VS=0$

$n=2$

Tabla 27.

Depreciación de Equipos electrónicos.

Años	Depreciación anual	Depreciación acumulada	Valor en libros
0			C\$ 97.600,00
1	C\$ 48.800,00	C\$ 48.800,00	C\$ 48.800,00
2	C\$ 48.800,00	C\$ 97.600,00	C\$ 0,00

Para los equipos de cómputo del negocio tienen una depreciación de 2 años $C =$

$\text{C\$ } 36.000,00$ $VS=0$ $n=2$

Tabla 28.

Depreciación de Equipos de cómputo

Años	Depreciación anual	Depreciación acumulada	valor en libros
0			C\$ 36.000,00
1	C\$ 18.000,00	C\$ 18.000,00	C\$ 18.000,00
2	C\$ 18.000,00	C\$ 36.000,00	0

Para los equipos y mobiliario del negocio tienen una depreciación de 5 años $C = \text{C\$}$

231.190 $VS=0$ $n=5$

Tabla 29.

Depreciación de equipos y mobiliario.

Años	Depreciación anual	Depreciación acumulada	Valor en libros
0			C\$ 231.190,00
1	C\$ 46.238,00	C\$ 46.238,00	C\$ 184.952,00
2	C\$ 46.238,00	C\$ 92.476,00	C\$ 138.714,00
3	C\$ 46.238,00	C\$ 138.714,00	C\$ 92.476,00
4	C\$ 46.238,00	C\$ 184.952,00	C\$ 46.238,00
5	C\$ 46.238,00	C\$ 231.190,00	C\$ 0,00

Para otros equipos del negocio tienen una depreciación de 5 años

$$C = \text{C\$ } 36.808,00 \quad VS = 0 \quad n = 5$$

Tabla 30.

Depreciación de otros equipos.

Años	Depreciación anual	Depreciación acumulada	Valor en libros
0			C\$ 36.808,00
1	C\$ 7.361,60	C\$ 7.361,60	C\$ 29.446,40
2	C\$ 7.361,60	C\$ 14.723,20	C\$ 22.084,80
3	C\$ 7.361,60	C\$ 22.084,80	C\$ 14.723,20
4	C\$ 7.361,60	C\$ 29.446,40	C\$ 7.361,60
5	C\$ 7.361,60	C\$ 36.808,00	C\$ 0,00

Para El edificio del negocio tienen una depreciación de 20 años

$$C = \$ 35.000,00 \quad VS=0 \quad n=20$$

Tabla 31.

Depreciación de Edificio.

Años	Depreciación anual	Depreciación acumulada	Valor en libros
0			C\$ 1.078.000,00
1	C\$ 53.900,00	C\$ 53.900,00	C\$ 1.024.100,00
2	C\$ 53.900,00	C\$ 107.800,00	C\$ 970.200,00
3	C\$ 53.900,00	C\$ 161.700,00	C\$ 916.300,00
4	C\$ 53.900,00	C\$ 215.600,00	C\$ 862.400,00
5	C\$ 53.900,00	C\$ 269.500,00	C\$ 808.500,00
6	C\$ 53.900,00	C\$ 323.400,00	C\$ 754.600,00
7	C\$ 53.900,00	C\$ 377.300,00	C\$ 700.700,00
8	C\$ 53.900,00	C\$ 431.200,00	C\$ 646.800,00
9	C\$ 53.900,00	C\$ 485.100,00	C\$ 592.900,00
10	C\$ 53.900,00	C\$ 539.000,00	C\$ 539.000,00
11	C\$ 53.900,00	C\$ 592.900,00	C\$ 485.100,00
12	C\$ 53.900,00	C\$ 646.800,00	C\$ 431.200,00
13	C\$ 53.900,00	C\$ 700.700,00	C\$ 377.300,00
14	C\$ 53.900,00	C\$ 754.600,00	C\$ 323.400,00
15	C\$ 53.900,00	C\$ 808.500,00	C\$ 269.500,00
16	C\$ 53.900,00	C\$ 862.400,00	C\$ 215.600,00
17	C\$ 53.900,00	C\$ 916.300,00	C\$ 161.700,00
18	C\$ 53.900,00	C\$ 970.200,00	C\$ 107.800,00
19	C\$ 53.900,00	C\$ 1.024.100,00	C\$ 53.900,00
20	C\$ 53.900,00	C\$ 1.078.000,00	C\$ 0,00

2.3.6 Amortización

La amortización de activos intangibles es similar a la depreciación de activos tangibles, estos activos intangibles comprenden patentes, marcas, derechos de autos, créditos mercantiles entre otros. Para este negocio se amortizarán la inversión en propaganda, obligaciones municipales y similares.

Para amortizar la inversión diferida o activos intangibles se realizará para un periodo de un año, esto debido a que el permiso facilitado por las distintas instituciones financieras consta de un año con derecho a renovación de los mismos.

Tabla 32.
Amortización de Activos diferidos.

Años	Amortización anual	Amortización acumulada	valor en libros
0			C\$ 41.474,00
1	C\$ 41.474,00	C\$ 41.474,00	C\$ 0,00

CAPÍTULO 3.

Rentabilidad financiera

Una vez que se tiene conocimiento del total de ingresos y egresos del negocio es importante evaluar la rentabilidad del Bar y Restaurante , esto por medio de indicadores financiero ya que con los resultados de los mismos será mucho mas fácil tomar decisiones en cuando a la puesta en marcha del negocio.

BALACE GENERAL

DEL 01 DE ENERO AL 31 DE DICIEMBRE 2017

ACTIVOS

ACTIVOS CORRIENTES

CAJA C\$ 847,82

TOTAL ACTIVOS CORRIENTES C\$ 847,82

ACTIVOS FIJOS

CONSTRUCCION C\$ 1.060.500,00

EQUIPOS C\$ 97.600,00

ELECTRÓNICOS
EQUIPOS DE CÓMPUTO C\$ 36.000,00

MOBILIARIO Y C\$ 231.190,00

EQUIPOS
OTROS MOBILIARIOS Y C\$ 36.808,00

EQUIPOS
TOTAL ACTIVO FIJO C\$ 1.462.098,00

TOTAL DE ACTIVOS C\$ 1.462.945,82

PASIVO

PASIVO LARGO PLAZO C\$ 0,00

TOTAL PASIVO A LARGO PLAZO C\$ 0,00

PATRIMONIO

CAPITAL SOCIAL C\$ 1.462.945,82

TOTAL PATRIMONIO C\$ 1.462.945,82

TOTAL PASIVO + PATRIMONIO C\$ 1.462.945,82

3.1 Flujo neto de efectivo

En el flujo neto de efectivo muestra el total de ingresos y egresos del negocio, además de la inversión requerida en activos fijos, capital de trabajo e inversión diferida.

Tabla 33.
Flujo Neto de Efectivo.

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
VENTAS TOTALES		3,326,400	3,725,568	4,172,636	4,673,352	5,234,154
COSTOS DE PRODUCCION		1,024,728	1,075,964	1,129,762	1,186,250	1,245,563
DEPRECIACION		174,299	174,299	107,499	107,499	107,499
AMORTIZACION		41,474	41,474	41,474	41,474	41,474
UTILIDAD BRUTA		2,085,898	2,433,830	2,893,899	3,338,128	3,839,617
GASTOS ADMINISTRACIÓN		1,799,044	1,939,643	2,091,324	2,254,965	2,431,514
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO		286,854	494,186	802,575	1,083,162	1,408,103
IR (30%)		86,056	148,256	240,772	324,948	422,431
UTILIDAD NETA		200,798	345,930	561,802	758,214	985,672
DEPRECIACIÓN		174,299	174,299	107,499	107,499	107,499
AMORTIZACIÓN		41,474	41,474	41,474	41,474	41,474
FLUJO OPERATIVO		C\$ 416,571	561,704	710,776	907,187	1,134,646
INVERSIÓN	1,462,428					
DIFERIDO	22,974					
CAPITAL TRABAJO						847,816
FNE		416,571	561,704	710,776	907,187	1.982.462,16

3.2 TMAR

Antes de invertir, una persona siempre tiene en mente una tasa mínima de ganancia sobre la inversión propuesta, llamada tasa mínima aceptable de rendimiento (TMAR). Esto significa que la TMAR que un inversionista le pediría a una inversión debe calcularla sumando dos factores: primero, la inflación la cual está determinada por la inflación presentada en el país.

TMAR= tasa de inflación + premio al riesgo.

La tasa a inflación a ocupar corresponde a un 5 %, el premio al riesgo se selecciona a criterio del inversionista ya que este se puede seleccionar entre un 3% a 5% cuando la demanda crece de manera constante y la competencia no es tan agresiva, en caso contrario se selecciona un porcentaje mayor a 12 puesto que el riesgo aumenta. Con lo antes mencionado se seleccionara un 5% como premio al riesgo, por tanto la TMAR quedara de la siguiente manera.

TMAR= 5% + 5%

TMAR= 10%

Una vez que se tiene al valor de la TMAR, el mismo se ocupara para determinar el valor actual neto, para lo cual se auxilia de la siguiente formula.

$$VAN = -I_0 + \sum_{t=1}^n \frac{F_t}{(1+k)^t} = -I_0 + \frac{F_1}{(1+k)} + \frac{F_2}{(1+k)^2} + \dots + \frac{F_n}{(1+k)^n}$$

F_t son los flujos de dinero en cada periodo t

I_0 es la inversión realiza en el momento inicial ($t = 0$)

n es el número de periodos de tiempo

k es el tipo de descuento o tipo de interés exigido a la inversión

$VAN =$

$$-1485402 + (416571/(1+0.1)) + (561704/(1+0.1)^2) + (710776/(1+0.1)^3) + (907187/(1+0.1)^4) + (1982462/(1+0.1)^5)$$

$$VAN = 1,742,109.28$$

Uno de los criterios del valor actual neto es que si el mismo es positivo, se acepta el proyecto, por lo cual como se puede observar el resultado es mayor que cero por tanto con el valor de este indicador se acepta el proyecto.

3.3 TIR

Una vez que se tiene el valor presente neto se puede encontrar la TIR, la misma es un indicador financiero en donde a mayor TIR con respecto a la tasa de descuento el proyecto tendrá mejor aceptación.

Como se mencionó anteriormente es indispensable tener el valor presente neto ya que la **TIR** se auxilia del mismo para igualarlo a cero.

$$VAN = \sum_{t=1}^n \frac{F_t}{(1 + TIR)^t} - I = 0$$

$$VAN = (416571/(1+0.39)) + (561704/(1+0.39)^2) + (710776/(1+0.39)^3) + (907187/(1+0.39)^4) + (1134646/(1+0.39)^5) - 1485402 = 0$$

$$VAN = (416571/(1.39)) + (561704/1.39^2) + (710776/1.39^3) + (907187/39)^4 + (1982462/1.39)^5 - 1485402 = 0$$

$$VAN = 299691,835 + 290722,1287 + 264660,1787 + 243017,6364 + 382059,2789 - 1485402$$

$$VAN = 0$$

Para lograr que el van sea igual a cero se introdujo una tasa de 39 %, en sustitución de la tasa de descuento, la misma corresponde a la Tasa Interna de Retorno, y según criterio con respecto a este indicador se aceptara el proyecto ya que su valor es mayor a la tasa de descuento que fue de un 10%.

3.4 Relación Beneficio Costo

Otro indicador financiero útil en la decisión de aceptación del proyecto es la **relación beneficio costo** en el cual se introducirán el total de beneficios, en este caso ingreso por ventas del negocio, en relación a los costos.

Tabla 34.
Beneficios y Costos Anuales.

RBC=total de Beneficios /Total de Costos

RBC=21132111/17562808

RBC=1.21

	Año1	Año2	Año3	Año4	Año5	Total
Costos de producción	2.909.828	3.179.233	3.493.369	3.814.620	4.165.758	17.562.808
Ventas totales	3.326.400,00	3.725.568,00	4.172.636,16	4.673.352,50	5.234.154,80	21.132.111,46

El resultado es mayor que 1 por lo tanto según el criterio de relación beneficio costo se acepta el proyecto.

3.5 Índice de Rentabilidad

Como ya se cuenta con el VAN se puede calcular el IR el cual representa el índice de rentabilidad y está dado por la formula.

$$IR=1+VAN / INVERSION$$

$$IR = 1 + (1,742,109.28/1485402)$$

$$IR=2.17$$

Según el resultado del indicador de rentabilidad por cada unidad monetaria que se invierte se obtiene 2.17 de ganancia.

3.6 Periodo de recuperación

Además se determinara el tiempo en que se recuperara lo invertido por medio del indicador de periodo de recuperación que se utilizara para saber en cuanto tiempo se recupera la inversión correspondiente a la puesta en marcha del negocio.

Tabla 35.
Flujo operativo anual.

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Flujo Operativo	C\$ 416,571,68	C\$ 561,704,30	C\$ 710,776,55	C\$ 907,187,62	C\$ 1,134,646.16

La recuperación del capital se realiza en el tercer año de operación puesto que como se puede observar el flujo operativo sumando los montos hasta el tercer año, supera la inversión necesaria para la puesta en marcha del negocio ,la misma asciende a un monto de C\$ 1,485,402.00 córdobas.

Cabe señalar que los inversionistas poseen todo el capital operativo, para la puesta en marcha del Bar y Restaurante.

CAPÍTULO 4.

Impacto Ambiental

Conocido como EsIA, es un Elemento Técnico de carácter interdisciplinar que se incluye en el procedimiento de Evaluación de Impacto Ambiental. Debe ser presentado por el titular del proyecto y es uno de los documentos en los que se basa la Declaración de Impacto Ambiental para aprobar o rechazar la realización del proyecto.

4.1 Elementos necesarios para solicitar un trámite de permiso ambiental ante el MARENA

Para adquirir un permiso de aprobación por parte del Ministerio de Recursos Naturales es indispensable realizar los trámites correspondientes.

- 1) Solicitar permiso ambiental
- 2) Recibir inspección en el sitio del proyecto
- 3) Retirar Términos de Referencia para la realización del Estudio de Impacto Ambiental
- 4) Pagar arancel de solicitud de permiso
- 5) Entregar minuta de depósito para permiso
- 6) Entregar Estudio de Impacto Ambiental
- 7) Retirar resultados de revisión técnica interinstitucional
- 8) Entregar documento de impacto ambiental
- 9) Retirar documentación para consulta pública
- 10) Realizar presentación del proyecto en audiencia pública
- 11) Entregar informe de la consulta pública
- 12) Retirar resolución administrativa

Todo lo antes mencionado se realiza en las oficinas del Ministerio de Recursos Naturales, Banco LAFISE y el lugar en donde se realizara dicha obra , en este caso en el municipio de Nindirí .

Una de las razones clave para estimar los impactos ambientales es tener la oportunidad de identificar efectos indeseables y que luego será costoso modificarlos.

Por otro lado, los efectos deben ser evaluados en forma oportuna no sólo para no causar impactos no deseados (negativos) sino también para al menos mitigar o atenuar aquellos que sean inevitables.

Se hizo un inventario de los factores ambientales más importantes que envuelven al proyecto y las actividades que pudieran causar impactos significativos sobre estos factores. Esta información fue obtenida por medio de visitas, entrevistas y consultas, para luego ser procesada e interpretada en la matriz de EIA.

Se contemplaron dos tipos de variables, aquellas que producen el impacto sobre el medio y las segundas, conformadas por los factores ambientales susceptibles a recibir impacto. Luego de identificar las variables, se elaboró la matriz de importancia, con el fin de obtener una evaluación cualitativa del proyecto, Con los impactos identificados se procedió a seleccionar las medidas de mitigación para disminuir los efectos negativos sobre el medio ambiente.

El estudio de impacto ambiental se realizó en conformidad con las normas y leyes vigentes en el país como lo son, Ley general del medio ambiente Ley 217 y la Ley especial de delitos contra el medioambiente y los recursos naturales Ley 559. La metodología utilizada fue la del análisis de los impacto provocados en el desarrollo del servicio del Bar y Restaurante.

Tabla 36.

Impacto ambiental en los distintos recursos naturales.

	Diseño	Construcción	Ejecución del servicio	Abandono
Impacto general				
Sobre el agua				
Contaminación			N/A	
Disminución de caudal			N/A	
Cambio de uso			N/A	
Sobre el aire				
Contaminación			N/A	
incremento de ruido			N/A	
Presencia de malos olores			X	
Sobre el Clima				
Cambio de temperatura			N/A	
Aumento de lluvia			N/A	
Aumento de evaporación			N/A	
Aumento de nubosidad			N/A	
Sobre el suelo				
Pérdida de suelo			N/A	
Dunas			N/A	

Acidificación			N/A	
Generación de pantanos			N/A	
Problemas de drenaje			N/A	
Sobre vegetación y fauna				
Pérdida de biodiversidad y especies			N/A	
Extracción de especies			N/A	
Alteración sobre especies endémicos			N/A	
Alteración sobre especies protegidas			N/A	
Sobre población				
Perdida de base de recursos			N/A	
Alteraciones culturales			N/A	
Perdida de recursos arqueológicos			N/A	
Traslados de población			N/A	
Otros				
Perdida de paisajes			N/A	

N/A: No aplica,

X: si aplica.

4.2 Matriz de importancia de impacto ambiental.

En la matriz de priorización los factores afectivos están designados por letras del abecedario: la a, es la alteración de la cubierta vegetal, la letra b, es la alteración de la cubierta terrestre, la c, las excavaciones, la d, es la deposición de la materia orgánica, y la letra e, es la importancia final.

Tabla 37.

Importancia de impacto ambiental en los distintos factores ambientales.

		Factor Afectado	a	b	c	d	e
	Aire	Temperatura		-15			-15
		Humedad	0				0
		Olores		25			25
		Polvo					0
	Tierra y Suelo	Recursos Minerales			0		0
		Temperatura				0	0
		Erosión					0
		Solución			0		0
		Características Físicas		-11	-30	28	-33
		Características Químicas					0

Medio Físico	Agua	Contaminación Superficial					0
		Contaminación Subterránea					0
Medio	Flora	Cubierta Vegetal		20			0
Biológico		Especies Amenazadas					0
	Fauna	Insectos, Roedores y Vertebrados	60	60			120
		Aves					0
		Otros Vertebrados					0
		Cadena Trófica					0
		Diversidad					0
Medio Antrópico		Vistas Panorámicas					0
		Paisaje		-30			-30
Medio Socio- Económico	ano s	Bienestar					0
		Actividades Molestas				0	0
		Olores Desagradables		-20			-20
	Usos de la Tierra	Uso del suelo					0

Tabla 38.
Valoración de impacto.

Rango de valoración	Valoración
8-20	Muy bajo
21-40	Bajo
41-60	Medio
61-80	Alto
81≤	Muy Alto

Medio Físico.

Suelo: En cuanto al análisis de suelo, los daños serán mínimos ya que solamente se ocasionaran los mismos en las excavaciones para la construcción del local.

Los desechos que provengan de desperdicios de comidas, o suciedad provocada de las frutas o verduras en la preparación de alimentos se depositaran en bolsas especiales de basura, esperando que las recolecte el camión municipal de basura.

Aire: La contaminación del aire será mínima ya que los desperdicios que emanan olores desagradables serán depositados en bolsas y recipientes dedicados a este tipo de desechos.

Flora: La flora no tendrá afectación alguna ya que no se talara ni se destruirá ningún tipo de árbol o similar para la construcción del local.

Fauna: De igual manera que la flora, la fauna no será afectada en la construcción del local salvo la eliminación de roedores insectos, los mismos representan un peligro en la salud de los clientes.

Fuentes de Agua: El recurso del agua no será contaminado, ya que no se tendrá ningún elemento químico que pueda dañarlo más que jabones para lavar los utensilios, verduras y más.

4.3 Medidas de Mitigación para los posibles impactos.

Para las medidas de mitigación se tomaron en cuenta los factores que hacen posible contrarrestar los daños causados por la contaminación del medio ambiente provocado por el Bar y restaurante

Tabla 39.
Medidas de mitigación.

Impacto	Medida de Mitigación
Para los efectos de la contaminación del recurso del agua, el posible impacto es originado al hacer la limpieza de utensilios de cocina y de insumos para la preparación de alimentos	Disminución del consumo de agua del proceso de limpieza de los utensilios e insumos ocupados para la atención de clientes.
Contaminación acústica y algunos olores	La contaminación de aire provocada por emanación de olores por partes de desechos será aplacada por depósito de estos desechos en bolsas y contenedores adecuados para tal fin .

CONCLUSIONES

Con la realización de este trabajo se lograron cumplir con los objetivos propuestos de tal forma se concluye lo siguiente:

La población de turistas y visitantes de Nindirí ven con gran aceptación la creación de un Bar y Restaurante ya que según resultados de encuesta el 82 % de los encuestados aprueban una nueva alternativa en el sector de entretenimiento.

Según los resultados obtenidos en el Estudio Técnico–Organizacional y Jurídico se pudo determinar la inversión total del proyecto la cual asciende a un monto de C\$ 2,333,218.00 de córdobas , por lo cual se puede concluir de que la recuperación de capital es a mediano plazo. Esta inversión corresponde a la adquisición de materiales y equipos, construcción de planta de operación y otros activos fijos , además la inversión cubre los activos diferidos los cuales están conformados por permisos de operación en materia legal para entrar en funcionamiento el Bar y Restaurante , tales permisos se adquieren en distintas instituciones públicas del estado de Nicaragua

Con respecto al análisis financiero se logró determinar que dicho negocio es factible puesto que los resultados obtenidos mediante indicadores financieros mostraron viabilidad del negocio en cuando a la inversión y recuperación de la misma.

El estudio de impacto ambiental logro determinar el posible daño que ocasiona la creación del negocio en donde los restos de desecho contaminan el aire, pero los mismos se pueden contrarrestar introduciendo tales desechos en recipientes adecuados para suprimir la contaminación del aire.

RECOMENDACIONES

Una vez que se piense invertir en el negocio es importante tomar las siguientes recomendaciones.

Invertir en el negocio de Bar y Restaurante Delicias de mi pueblo ya que los estudios realizados en este plan de negocio demuestran que existen oportunidades para ingresar a este tipo de mercado del sector turismo.

Se recomienda invertir constantemente en publicidad y propaganda para que el negocio tenga mayor afluencia de clientes, permitiendo esto mayor captación de ingresos.

Capacitar constantemente al personal de tal forma que el cliente siempre se sienta satisfecho por el servicio brindado, de tal forma que las visitas sean más frecuentes por parte de dichos clientes.

Disminuir los desperdicios producidos en la preparación de alimentos de tal forma que los costos de producción disminuyan y las ganancias aumenten.

Bibliografía

Libros

Espejel, M. (2000). El menú como Base de las Operaciones de Alimentos y Bebidas. Alta Hotelería Internacional.

Kinnear, T. y Taylor, J. (2000), Investigación de Mercados. México: McGraw Hill.

Morfín, M. del C. (2001). Administración de Comedor y Bar. México: Ed. Trillas.

Referencias web

Destinos en Nicaragua, 09/12/2017

https://vianica.com/sp/nicaragua/masaya/Nindirí/11.6-ccion_6343.html

ACTA ACUERDO DE LA COMISION DE SALARIO MINIMO

<http://www.mitrab.gob.ni/bienvenido/documentos/acuerdos/ACTA%20ACUERDO%20DE%20LA%20COMISION%20DE%20SALARIO%20MINIMO%202017.pdf>

[Régimen Tarifario][http://japac.gob.mx/wp-](http://japac.gob.mx/wp-content/uploads/2015/06/Transparencia_Normatividad_REGIMEN-TARIFARIO.pdf)

[content/uploads/2015/06/Transparencia_Normatividad_REGIMEN-TARIFARIO.pdf](http://japac.gob.mx/wp-content/uploads/2015/06/Transparencia_Normatividad_REGIMEN-TARIFARIO.pdf)

Precios de Energía y Agua

09/12/2017<http://www.bcn.gob.ni/estadisticas/precios/Energia/index.php>

Anexos

Encuesta Dirigida Turistas nacionales y extranjeros de la ciudad de Nindirí

Objetivo.

La presente encuesta tiene como objetivo recolectar información sobre gustos y preferencias con respecto al uso de servicios gastronómicos además de conocer el nivel de aceptación con respecto a un nuevo Negocio de Bar y Restaurante como alternativa para turistas nacionales y extranjeros del municipio de Nindirí.

1. ¿Con que frecuencia visita usted el municipio de Nindirí?

- ☐ Una vez al mes.
- ☐ Dos veces al mes.
- ☐ Tres veces al mes.
- ☐ Ninguna de las anteriores.

2. ¿Cuántas personas lo acompañan cuando hace uso de los servicios gastronómicos de bares y restaurantes en la ciudad Nindirí?.

3. ¿En qué horarios visita Nindirí?

- ☐ Desde la 8:00am hasta mediodía
- ☐ Desde las 8:00am hasta las 6:00pm
- ☐ Después de mediodía
- ☐ Por la noche

4. ¿Encuentra en el municipio de Nindirí, establecimientos para hacer uso de servicios Gastronómicos, con las características que usted demanda?

- ☐ Si
☐ No

5. ¿para hacer uso de servicios gastronómicos qué tipo de establecimiento busca?

- ☐ Bar
☐ Restaurante
☐ Comedor
☐ Ninguna de las anteriores especifique el tipo de establecimiento

6. ¿Cuánto gasta al hacer uso en los servicios gastronómicos de bares y restaurantes?

- ☐ Menos de 300 córdobas
☐ Entre 300 y 500 córdobas
☐ Más de 500 córdobas

7. ¿Cuándo visita los bares y restaurante de la ciudad de Nindirí, que es lo que más consume?. Selección múltiple.

<input type="checkbox"/>	Comida típica
<input type="checkbox"/>	Comida a la carta
<input type="checkbox"/>	Buffet
<input type="checkbox"/>	Bebidas Naturales
<input type="checkbox"/>	Bebidas alcohólicas
<input type="checkbox"/>	Bebida alcohólica

Si tiene otro tipo de sugerencia agregar

Si en esta pregunta selecciono bebidas alcohólicas pase a la siguiente pregunta de lo contrario vaya a la pregunta 9

8. ¿Qué tipo de bebidas alcohólicas consume?

- ☐ Cerveza
- ☐ Ron
- ☐ Cocteles
- ☐ Tequila

9. ¿Evalué en una escala del 1 al 9 como encontró los precios desde lo más económico hasta lo más caro, partiendo de un precio de C\$ 200 córdobas hasta C\$ 700 córdobas.

?

1	2	3	4	5	6	7	8	9

10. ¿Seleccione que fue lo que más le gusto del bar y restaurante?

El local	
La comida	
La temperatura de las bebidas	
El ambiente	

11. ¿Evalué en una escala del 1 al 9 que le ha parecido la atención en este tipo de establecimiento? ¿porque?

1	2	3	4	5	6	7	8	9

12. ¿Le gustaría una nueva alternativa del sector de entretenimiento como es la creación de un Bar y Restaurante en este Municipio?.

SI	
NO	

Nómina de Salario

Tabla 40. Nómina Salarial.

Bar y Restaurante Delicias de mi Pueblo

NOMBRE	SALARIO BASICO	DIAS TRABAJADOS	INGRESO POR DIAS TRABAJADOS	HORAS EXTRAS	INGRESO POR HORAS EXTRAS	SALARIO BRUTO	INSS	IR	INATEC
GERENTE GENERAL	C\$ 12.000	30	C\$ 12.000	0	0	C\$ 12.000	C\$ 750	C\$ 438	C\$ 240
DESPACHADOR	C\$ 7.800	30	C\$ 7.800	0	0	C\$ 7.800	C\$ 488	C\$ 0	C\$ 156
MESERO1	C\$ 7.500	30	C\$ 7.500	0	0	C\$ 7.500	C\$ 469	C\$ 0	C\$ 150
MESERO2	C\$ 7.500	30	C\$ 7.500	0	0	C\$ 7.500	C\$ 469	C\$ 0	C\$ 150
MESERO4	C\$ 7.500	30	C\$ 7.500	0	0	C\$ 7.500	C\$ 469	C\$ 0	C\$ 150
MESERO3	C\$ 7.500	30	C\$ 7.500	0	0	C\$ 7.500	C\$ 469	C\$ 0	C\$ 150
COCINERO	C\$ 8.300	30	C\$ 8.300	0	0	C\$ 8.300	C\$ 519	C\$ 0	C\$ 166
COCINERO	C\$ 8.300	30	C\$ 8.300	0	0	C\$ 8.300	C\$ 519	C\$ 0	C\$ 166
RESPONSABLE DE BODEGA	C\$ 7.800	30	C\$ 7.800	0	0	C\$ 7.800	C\$ 488	C\$ 0	C\$ 156
AGENTE DE SEGURIDAD1	C\$ 7.500	30	C\$ 7.500	0	0	C\$ 7.500	C\$ 469	C\$ 0	C\$ 150
AGENTE DE SEGURIDAD2	C\$ 7.500	30	C\$ 7.500	0	0	C\$ 7.500	C\$ 469	C\$ 0	C\$ 150
MANTENIMIENTO	C\$ 7.500	30	C\$ 7.500	0	0	C\$ 7.500	C\$ 469	C\$ 0	C\$ 150
CONSERGE	C\$ 7.000	30	C\$ 7.000	0	0	C\$ 7.000	C\$ 438	C\$ 0	C\$ 140

GERENTE GENERAL	TRECEAVO MES	VACACIONES	TOTAL DEDUCCIONES	SALARIO NETO	INSS PATRONAL	TOTAL
DESPACHADOR	C\$ 1.000	C\$ 1.000	C\$ 1.428	C\$ 10.573	C\$ 2.280	C\$ 16.280
MESERO1	C\$ 650	C\$ 650	C\$ 644	C\$ 7.157	C\$ 1.482	C\$ 10.582
MESERO2	C\$ 625	C\$ 625	C\$ 619	C\$ 6.881	C\$ 1.425	C\$ 10.175
MESERO4	C\$ 625	C\$ 625	C\$ 619	C\$ 6.881	C\$ 1.425	C\$ 10.175
MESERO3	C\$ 625	C\$ 625	C\$ 619	C\$ 6.881	C\$ 1.425	C\$ 10.175
COCINERO1	C\$ 625	C\$ 625	C\$ 619	C\$ 6.881	C\$ 1.425	C\$ 10.175
COCINERO2	C\$ 692	C\$ 692	C\$ 685	C\$ 7.615	C\$ 1.577	C\$ 11.260
RESPONSABLE DE BODEGA	C\$ 692	C\$ 692	C\$ 685	C\$ 7.615	C\$ 1.577	C\$ 11.260
AGENTE DE SEGURIDAD1	C\$ 650	C\$ 650	C\$ 644	C\$ 7.157	C\$ 1.482	C\$ 10.582
AGENTE DE SEGURIDAD2	C\$ 650	C\$ 650	C\$ 644	C\$ 7.157	C\$ 1.482	C\$ 10.582
MANTENIMIENTO	C\$ 650	C\$ 650	C\$ 644	C\$ 7.157	C\$ 1.482	C\$ 10.582
CONSERGE	C\$ 625	C\$ 625	C\$ 619	C\$ 6.881	C\$ 1.425	C\$ 10.175

Evaluación por Puntos de los demás cargos

Tabla 41.

Factores de Valuación.

FACTORES DE EVALUACIÓN
Requisitos intelectuales 1. Instrucción básica 2. Experiencia previa 3. Iniciativa e ingenio
Requisitos físicos 4. Esfuerzo físico necesario 5. Concentración mental o visual
Responsabilidad por: 6. Supervisión de personal 7. Material o equipo 8. Métodos o procesos 9. Informaciones confidenciales
Condiciones de trabajo 10. Ambiente de trabajo 11. Riesgos

Tabla 42.
Criterios de Valuación.

Factores	Ponderación
Requisitos intelectuales	
1. Instrucción básica	15
2. Experiencia previa	20
3. Iniciativa e ingenio	10
Requisitos físicos	
4. Esfuerzo físico necesario	6
5. Concentración mental o visual	6
Responsabilidad por:	
6. Supervisión de personal	10
7. Material o equipo	7
8. Métodos o procesos	10
9. Informaciones confidenciales	4
Condiciones de trabajo	
10. Ambiente de trabajo	4
11. Riesgos	8
TOTAL	100

Tabla 43.
Distribución de puntos.

Factores	A	B	C	D	E	F
Requisitos intelectuales						
Instrucción básica	15	30	45	60	75	90
Experiencia previa	25	50	75	100	125	150
Iniciativa e ingenio	10	20	30	40	50	60
Requisitos físicos						
Esfuerzo físico necesario	6	12	18	24	30	36
Concentración mental o visual	6	12	18	24	30	36
Responsabilidad por:						
Supervisión de personal	10	20	30	40	50	60
material o equipo	7	14	21	28	35	42
métodos o procesos	10	20	30	40	50	60
informaciones	4	8	12	16	20	24
confidenciales						
Requisitos físicos						
Ambiente de trabajo	4	8	12	16	20	24
Riesgos	8	16	24	32	40	48

Tabla 44.

Establecimiento de grados factor instrucción .

1. INSTRUCCION		
Este factor considera el grado de instrucción general o técnico – especializada, e inclusive el entrenamiento preliminar exigido para el adecuado desempeño del cargo.		
Grado	Descripción	Puntos
A	El cargo solo exige que el ocupante sepa leer y escribir o que tenga solo un curso de alfabetización	15
	Solo un curso de alfabetización	
B	El cargo exige nivel de instrucción correspondiente a la primaria o su equivalente	30
C	El cargo exige nivel de instrucción correspondiente a la Secundaria o un curso especializado equivalente.	45
D	El cargo exige nivel de instrucción correspondiente a la Secundaria o curso técnico, o especializado del mismo nivel.	60
E	El cargo exige nivel de instrucción correspondiente al Superior completo o educación técnica especializada del mismo nivel.	75

Tabla 44.

Establecimiento de grados factor Experiencia Previa.

2.Experiencia previa		
Este factor considera la experiencia necesaria para ejercer las labores exigidas por el puesto		
Grado	Descripción	Puntos
A	La experiencia no es requerida	25
B	Un año de experiencia	50
C	Dos años de experiencia	75
D	Tres años de experiencia	100
E	Cuatro años de experiencia	125
F	Más de cinco años de experiencia	150

Tabla 45.

Establecimiento de grados factor iniciativa e ingenio.

3 Iniciativa e ingenio		
Este factor considera la iniciativa tomada por el empleado al momento de realizar alguna acción sin haberla designado anteriormente		
Grado	Descripción	Puntos
A	El cargo no necesita de alguna iniciativa u ingenio	10
B	Al cargo en que se desempeña necesita un poco de iniciativa e ingenio	20
C	La iniciativa y el ingenio son tomadas en cuentas para futuras promociones pero las mismas no son constantes	30
D	La iniciativa y el ingenio son evaluadas y valoradas para futuras promociones y compensaciones	40
E	La iniciativa y el ingenio frecuente son necesarias para mantenerse en el puesto	50
F	La iniciativa y el ingenio son obligados para mantener el puesto	60

Tabla 46.

Establecimiento de grados factor esfuerzo físico.

4 Esfuerzo físico necesario		
Este factor es indispensable para aquellos labores en donde el empleado realiza un mínimo de esfuerzo físico		
Grado	Descripción	Puntos
A	El cargo no requiere algún esfuerzo físico	6
B	En esporádicas ocasiones hace uso de esfuerzo físico	12
C	Al cargo en que se desempeña necesita esfuerzo físico en un 10% de su jornada laboral	18
D	Al cargo en que se desempeña necesita esfuerzo físico en un 25% de su jornada laboral	24
E	El esfuerzo físico es necesario en un 50% de su jornada laboral	30
F	El cargo que desempeña es indispensable el esfuerzo físico	36

Tabla 47.

Establecimiento de grados factor Concentración Mental o visual.

5 Concentración mental o visual		
Este factor es importante para aquellos cargos en donde el empleado necesita máxima concentración para ejercer sus labores		
Grado	Descripción	Puntos
A	Para el cargo no le es indispensable la concentración mental o visual	6
B	El cargo requiere mínima concentración mental o visual	12
C	El cargo requiere concentración mental y visual en un 30 % de la jornada laboral	18
D	La concentración mental y visual se requiere en un 50% de la jornada laboral	24
E	El cargo requiere un 75% de concentración mental o visual en la jornada laboral	30
F	El cargo requiere en su totalidad concentración mental o visual	36

Tabla 48.

Establecimiento de grados factor supervisión de personal.

6 Supervisión de personal

Este factor está dedicado a la supervisión de personal en todo lo que compete a la ejecución de labores		
Grado	Descripción	Puntos
A	El cargo no tiene ningún personal a supervisar	15
B	El cargo requiere en ocasiones esporádica supervisa a un personal minimo de una persona	30
C	El cargo requiere supervisar a personal máximo de tres personas	45
D	El cargo requiere supervisar a personal de entre 5 a 10 personas	60
E	El cargo requiere supervisar a personal de entre 10 a 30 personas	75
F	El cargo requiere supervisar a personal de 30 personas	90

Tabla 49.

Establecimiento de grados factor material o equipo.

7 Material o equipo		
Este factor determina si el cargo requiere materiales y equipos para que el empleado pueda desempeñar sus funciones		
Grado	Descripción	Puntos
A	El cargo no requiere ningún material y equipo	15
B	El cargo requiere en esporádicas ocasiones materiales y equipos	30
C	El cargo requiere una mínima cantidad de equipos	45
D	El cargo requiere materiales y equipos para cumplir con el 50% de sus labores	60
E	El cargo requiere materiales y equipos para cumplir con el 75% de sus labores	75
F	El cargo requiere materiales y equipos para cumplir con el 100% de sus labores	90

Tabla 50.

Establecimiento de grados factor métodos o procesos.

8. Métodos o procesos		
Este factor determina los procesos o métodos que están envuelto en la ejecución de dicho puesto		
Grado	Descripción	Puntos
A	El cargo no requiere ningún proceso o método	10
B	El cargo a desempeñar tiene escasos métodos y procesos	20
C	El cargo a desempeñar presenta la ejecución de métodos y procesos a lo máximo en un 15% de la jornada laboral	30
D	El cargo a desempeñar presenta la ejecución de métodos y procesos a lo máximo en un 25% de la jornada laboral	40
E	El cargo a desempeñar presenta la ejecución de métodos y procesos a lo máximo en un 50% de la jornada laboral	50
F	Se tienen que seguir todos los procedimientos y métodos en un 100%	60

Tabla 51.

Establecimiento de grados factor información confidencial.

9. informaciones confidenciales		
Este factor determina el manejo de información que tiene el empleado con respecto a la empresa		
Grado	Descripción	Puntos
A	El cargo no requiere mantener información confidencial	4
B	El manejo de información confidencial para este cargo es casi nula	8
C	El cargo a desempeñar maneja un 15% de información confidencial	12
D	El cargo a desempeñar maneja un 25% de información confidencial	16
E	El cargo a desempeñar maneja un 50% de información confidencial	20
F	El cargo a desempeñar exige mantener un 100% de información confidencial	24

Tabla 52.

Establecimiento de grados factor ambiente de trabajo.

10. Ambiente de trabajo		
Este factor determina el ambiente de trabajo en que el trabajador desempeñara sus labores		
Grado	Descripción	Puntos
A	el ambiente de trabajo para este puestos son nulas ya que el trabajador estará tiempo completo fuera de la empresa , solo se presentara para marcar entrada y salida	4
B	Las condiciones de ambiente de trabajo son mínimas ya que el trabajador no necesita pocos elementos para sus funciones	8
C	El cargo a desempeñar necesita una oficina compartida para ejercer sus funciones	12
D	El cargo a desempeñar necesita oficina individual con pocos requerimientos	16
E	El cargo a desempeñar necesita una oficina con requerimientos básicos	20
F	El cargo a desempeñar necesita de una oficina con todos los requerimientos	24

Tabla 53.

Establecimiento de grados factor riesgo.

11. Riesgo		
Este factor está determinado por los riesgos que se tienen al momento de ejercer funciones		
Grado	Descripción	Puntos
A	El cargo a desempeñar no tiene ningún riesgo al desarrollar las funciones	8
B	El cargo a desempeñar presenta mínimos riesgos esporádicos al ejercer las funciones	16
C	El cargo a desempeñar presenta riesgos mínimos constantes al momento de ejercer funciones	24
D	El cargo a desempeñar presenta riesgos a ni el medio de manera esporádica	32
E	El cargo a desempeñar presenta riesgos a nivel medio de manera constante	40
F	El cargo a desempeñar presenta riesgos altos de manera permanente	48

Tabla 54.

Costo de platillos.

TOSTONES CON QUESO.

1 plátano verde	C\$ 4,20
4 onzas de queso seco	C\$ 15,00
1/8 de repollo	C\$ 5,00
1 tomate mediano	C\$ 5,00
½ onza de sal	C\$ 0,10
1/3 de aceite	C\$ 7,60
1 limón	C\$ 1,20
Sub total costo MP	C\$ 38,10
MO	C\$ 14,00
CIF 20 % DE MP	C\$ 7,62
COSTO TOTAL	C\$ 59,72
UTILIDAD 150%	C\$ 89,58
PRECIO SIN IVA	C\$ 149,30
IVA 15%	C\$ 25,53
PRECIO DE VENTA	C\$ 174,83
	C\$ 175,00

PLATO NICA SURTIDO

1 plátano verde	C\$ 4,20
1 plátano maduro	C\$ 4,20
4 onzas de chorizo de cerdo	C\$ 15,00
4 onzas de queso seco	C\$ 15,00
1/8 de repollo	C\$ 5,00
1 tomate mediano	C\$ 5,00
1 tortilla	C\$ 3,00
4 onzas de frijoles	C\$ 3,75
8 onzas de carne de res	C\$ 35,00
1/2 aguacate	C\$ 10,00
4 onzas de chicharrón	C\$ 45,00
4 onzas de crema	C\$ 8,00
1/2 onza de sal	C\$ 0,10
1/3 de aceite	C\$ 7,60
1 limón	C\$ 1,20
1/4 de salsa de tomate	C\$ 10,00
1/8 de salsa inglesa	C\$ 5,00
1/8 de mostaza	C\$ 5,00
4 onzas de cebolla	C\$ 4,00
1/2 onza de pimienta	C\$ 10,00
3 chiltomas	C\$ 10,00
sub total costo MP	C\$ 206,05
MO	C\$ 14,00
CIF 20 % DE MP	C\$ 41,21
COSTO TOTAL	C\$ 261,26
UTILIDAD 100%	C\$ 209,01
PRECIO SIN IVA	C\$ 470,27
IVA 15%	C\$ 70,54
PRECIO DE VENTA	C\$ 540,81

Tabla 54.
Costo de platillos.

FILETE DE POLLO	
8 onzas de filete de pollo	C\$ 25,00
4 onzas de arroz	C\$ 3,25
4 onzas de frijoles	C\$ 3,75
papas fritas	C\$ 9,00
1/2 onza de sal	C\$ 0,10
1/2 onza de vinagre	C\$ 2,00
1 diente de ajo	C\$ 0,70
1/8 de salsa inglesa	C\$ 5,00
1 consome de pollo	C\$ 4,00
1 naranja agria	C\$ 5,00
Sub total costo MP	C\$ 57,80
MO	C\$ 15,00
CIF 20 % DE MP	C\$ 11,56
COSTO TOTAL	C\$ 84,36
UTILIDAD 150%	C\$ 101,23
PRECIO SIN IVA	C\$ 185,59
IVA 15%	C\$ 27,84
PRECIO DE VENTA	C\$ 213,43

Tabla 55. Costo de bebidas.

GRAN RESERVA 750 ML		CENTANARIO 12 AÑOS 750 ML	
1 botella de gran reserva	C\$ 240,00	1 botella de gran reserva	C\$ 745,00
1 botella de coca cola	C\$ 20,00	1 botella de coca cola	C\$ 20,00
48 cubitos de hielo	C\$ 10,00	48 cubitos de hielo	C\$ 10,00
sub total	C\$ 270,00	sub total	C\$ 775,00
MO	C\$ 4,00	MO	C\$ 4,00
COSTO TOTAL	C\$ 274,00	COSTO TOTAL	C\$ 779,00
UTILIDAD 111%	C\$ 304,14	UTILIDAD 110%	C\$ 779,00
PRECIO SIN IVA	C\$ 578,14	PRECIO SIN IVA	C\$ 1.558,00
IVA 15%	C\$ 86,72	IVA 15%	C\$ 233,70
PRECIO DE VENTA	C\$ 664,86	PRECIO DE VENTA	C\$ 1.791,70

GRAN RESERVA 200 ML		CENTANARIO 12 AÑOS 200 ML	
1/2 botella de gran reserva	C\$ 85,00	1/2 botella de gran reserva	C\$ 250,00
1 botella de coca cola	C\$ 20,00	1 botella de coca cola	C\$ 20,00
48 cubitos de hielo	C\$ 10,00	48 cubitos de hielo	C\$ 10,00
sub total	C\$ 115,00	sub total	C\$ 280,00
MO	C\$ 4,00	MO	C\$ 4,00
COSTO TOTAL	C\$ 119,00	COSTO TOTAL	C\$ 284,00
UTILIDAD 105%	C\$ 124,95	UTILIDAD 100%	C\$ 284,00
PRECIO SIN IVA	C\$ 243,95	PRECIO SIN IVA	C\$ 568,00
IVA 15%	C\$ 36,59	IVA 15%	C\$ 85,20
PRECIO DE VENTA	C\$ 280,54	PRECIO DE VENTA	C\$ 653,20

Tabla 56. Costo de bebidas.

FINLANDIA 700 ML			PETROV 700 ML	
1 onza de finlandia	C\$ 42,00		1 onza de petrov	C\$ 5,00
1 onza de soda	C\$ 2,00		1 onza de soda	C\$ 2,00
6 cubos de hielo	C\$ 1,50		6 cubos de hielo	C\$ 1,50
sal	C\$ 0,10		sal	C\$ 0,10
1 limon	C\$ 1,20		1 limon	C\$ 1,20
sub total	C\$ 46,80		sub total	C\$ 9,80
MO	C\$ 4,00		MO	C\$ 4,00
COSTO TOTAL	C\$ 50,80		COSTO TOTAL	C\$ 13,80
UTILIDAD 100 %	C\$ 50,80		UTILIDAD 200 %	C\$ 13,80
PRECIO SIN IVA	C\$ 101,60		PRECIO SIN IVA	C\$ 27,60
IVA 15%	C\$ 15,24		IVA 15%	C\$ 4,14
PRECIO DE VENTA	C\$ 116,84		PRECIO DE VENTA	C\$ 31,74
	C\$ 117,00			C\$ 32,00

JACK DANIEL BLACK 1000 ML			JHONI WALKER RED 1000 ML	
1 onza de jack daniel	C\$ 30,00		1 onza de jhoni walker	C\$ 24,00
1 onzas de soda	C\$ 2,00		1 onzas de soda	C\$ 2,00
6 cubos de hielo	C\$ 1,50		6 cubos de hielo	C\$ 1,50
sal	C\$ 0,10		sal	C\$ 0,10
1 limon	C\$ 1,20		1 limon	C\$ 1,20
sub total	C\$ 34,80		sub total	C\$ 28,80
MO	C\$ 4,00		MO	C\$ 4,00
COSTO TOTAL	C\$ 38,80		COSTO TOTAL	C\$ 32,80
UTILIDAD 100 %	C\$ 38,80		UTILIDAD 100 %	C\$ 32,80
PRECIO SIN IVA	C\$ 77,60		PRECIO SIN IVA	C\$ 65,60
IVA 15%	C\$ 11,64		IVA 15%	C\$ 9,84
PRECIO DE VENTA	C\$ 89,4		PRECIO DE VENTA	C\$ 75,04

Tabla 57. Costo de bebidas.

CERVEZAS NACIONALES			CERVEZAS EXTRANJERAS	
toña	C\$ 16,23		heneiken	C\$ 33,30
sub total	C\$ 16,23		sub total	C\$ 33,30
COSTO TOTAL	C\$ 16,23		COSTO TOTAL	C\$ 33,30
UTILIDAD 85 %	C\$ 13,80		UTILIDAD 85%	C\$ 28,31
PRECIO SIN IVA	C\$ 30,03		PRECIO SIN IVA	C\$ 61,61
IVA 15%	C\$ 4,50		IVA 15%	C\$ 9,24
PRECIO DE VENTA	C\$ 34,53		PRECIO DE VENTA	C\$ 70,85
CERVEZAS NACIONALES			corona	C\$ 25,14
victoria frost	C\$ 14,78			
			sub total	C\$ 25,14
sub total	C\$ 14,78			
			COSTO TOTAL	C\$ 25,14
COSTO TOTAL	C\$ 14,78		UTILIDAD 85 %	C\$ 21,37
UTILIDAD 105 %	C\$ 15,52			
			PRECIO SIN IVA	C\$ 46,51
PRECIO SIN IVA	C\$ 30,30		IVA 15%	C\$ 6,98
IVA 15%	C\$ 4,54		PRECIO DE VENTA	C\$ 53
PRECIO DE VENTA	C\$ 34.84			

Tabla 56. Costo de bebidas.

GASEOSA			JUGO DE NARANJA	
Coca Cola clasica	C\$ 11,60		jugo de naranja	C\$ 7,00
			azucar	C\$ 4,00
sub total	C\$ 11,60		hielo	C\$ 1,00
			sub total	C\$ 12,00
COSTO TOTAL	C\$ 11,60			
UTILIDAD 120%	C\$ 13,92		MO	C\$ 4,00
			CIF 10%	C\$ 1,20
PRECIO SIN IVA	C\$ 25,52		COSTO TOTAL	C\$ 17,20
IVA 15%	C\$ 3,83		UTILIDAD 100%	C\$ 17,20
PRECIO DE VENTA	C\$ 29,35			
			PRECIO SIN IVA	C\$ 34,40
			IVA 15%	C\$ 5,16
			PRECIO DE VENTA	C\$ 39,56

Lista de empresas a cotizar

Construcción de Edificio



Equipos industriales



Electrodomésticos



Bebidas alcohólicas y no alcohólicas



COMPAÑIA DISTRIBUIDORA
DE NICARAGUA S.A.



Materia prima e insumos



LA COLONIA
El Súper de Nicaragua



La Unión
Somos parte de tu vida.



MaxiPalí
Variedad y ahorro en grande



TROPIGAS



SAN JOSE
¡Calidad desde el origen!
Cacique



CARNES SAN MARTIN
Más suaves, más frescas



Tip-Top

Muebles



CARPINTERIA SOLORZANO

Equipos de cómputo



conico



SEVASA
tecnología a tu alcance



COMTECH
TODO EN TECNOLOGÍA



eTech
La Evolución de la Tecnología